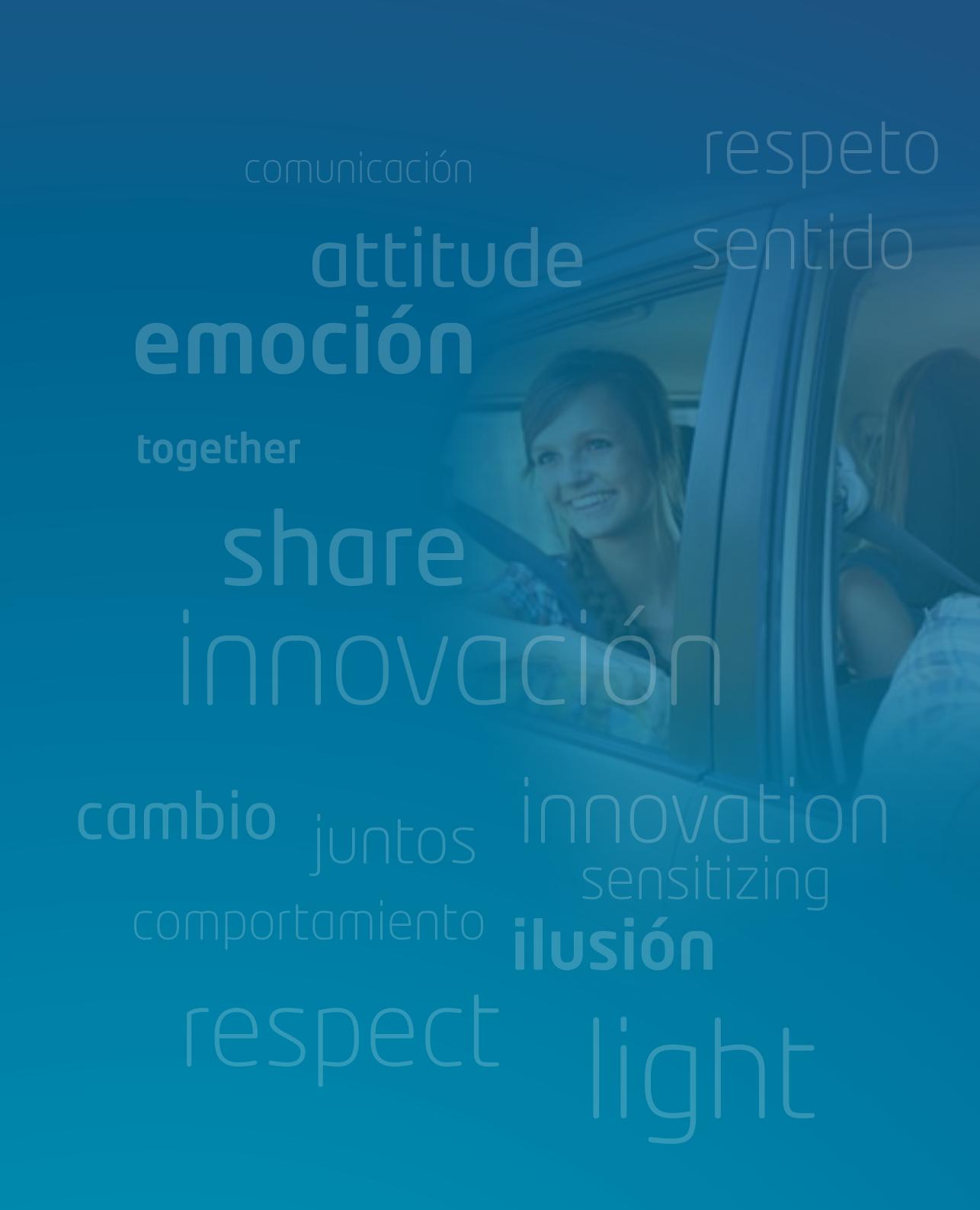




5 years on the road  
**emotional**  
**driving**  
Gonvarri Industries 2030

Trayectoria de un compromiso con la sociedad  
A history of commitment to society

A woman with long brown hair is smiling from inside a car. She is wearing a blue patterned top and a seatbelt. Her head is tilted back slightly, and she is looking towards the camera. The interior of the car is visible, including the dashboard and a steering wheel. The door of the car is open, and another person's arm and shoulder are visible on the right side, suggesting they are interacting with the woman.

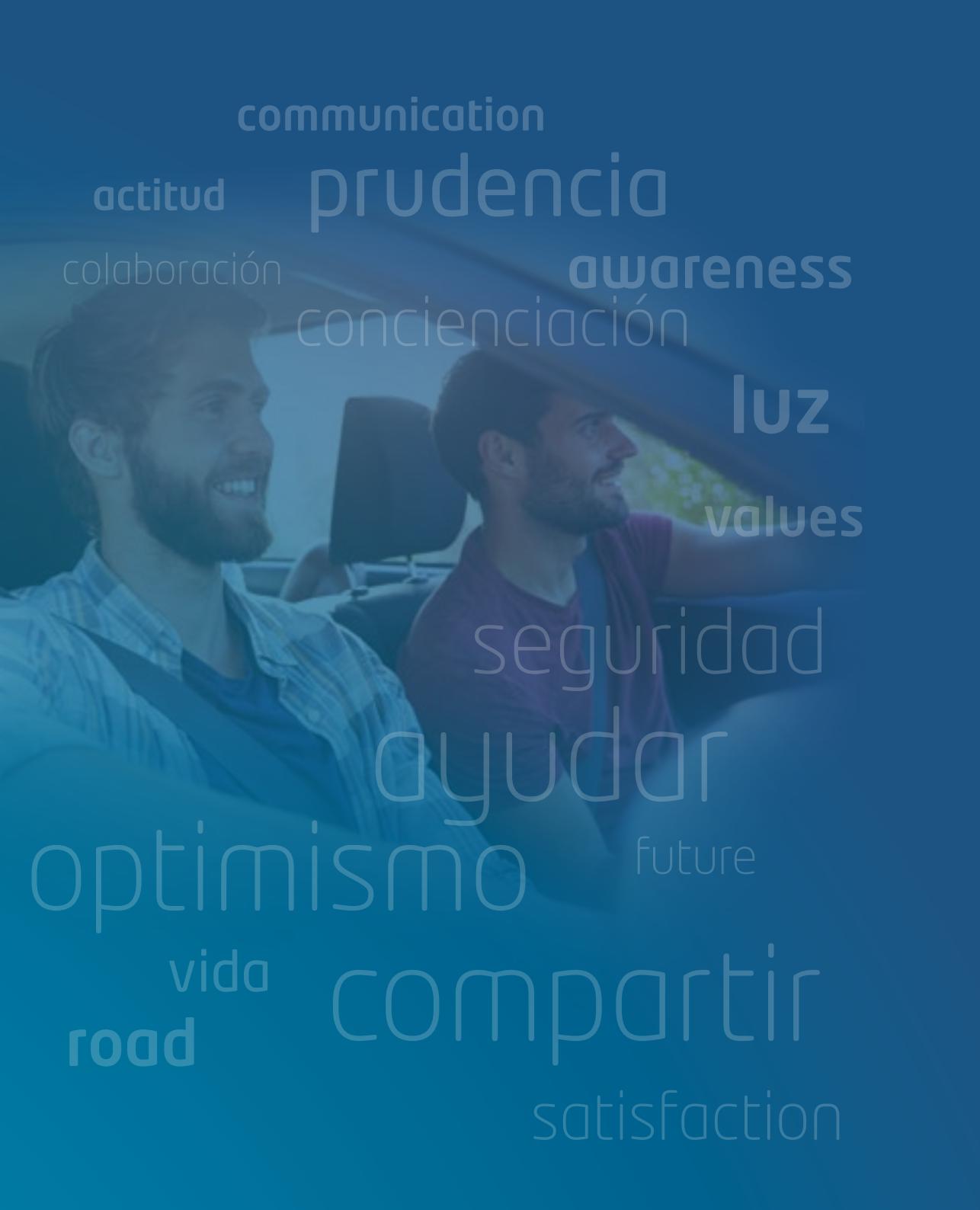
comunicación  
attitude  
**emoción**

together

share  
innovación

cambio juntos innovation  
comportamiento sensitizing  
**ilusión**

respect light

A photograph of two men with beards, smiling and looking upwards. They appear to be in a car, with a steering wheel visible in the background.

communication

actitud

colaboración

prudencia

awareness

concienciación

luz

values

seguridad

ayudar

optimismo

future

vida

road

compartir

satisfaction

© Gonvarri Industries, 2020

Coordinación: Juan Llovet

Contenidos: Emotional Driving

Revisión de textos: Pepe Álvarez de los Asturias

Diseño Gráfico: Jose A. Salmerón

Fotografías: Sus autores

Creación y realización: Emotional Driving

ISBN: 978-84-08-23096-0

Depósito legal: B.6.842-2020

Imprime: Lunwerg

Lunwerg es un sello editorial de Editorial Planeta, S.A.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Impreso en España.

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

5 years on the road  
**emotional**  
**driving**  
Gonvarri Industries 2030

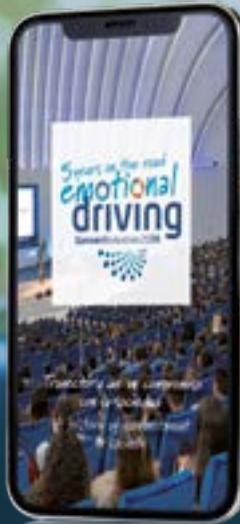


ir al **índice**  
go to **index**



**Gonvarri**  
Industries





Emotional Driving te invita a concienciar a una persona especial. Dedícale un mensaje que creas que le ayudará a conducir de manera segura y envíale el libro en versión digital. Escanea este código o accede a [www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)

Emotional Driving invites you to help raise the awareness of a special person. Writing down a message you think will help to drive more safely and send the digital version of the book to that person.  
Scan this code or go to [www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)



Apple



Android

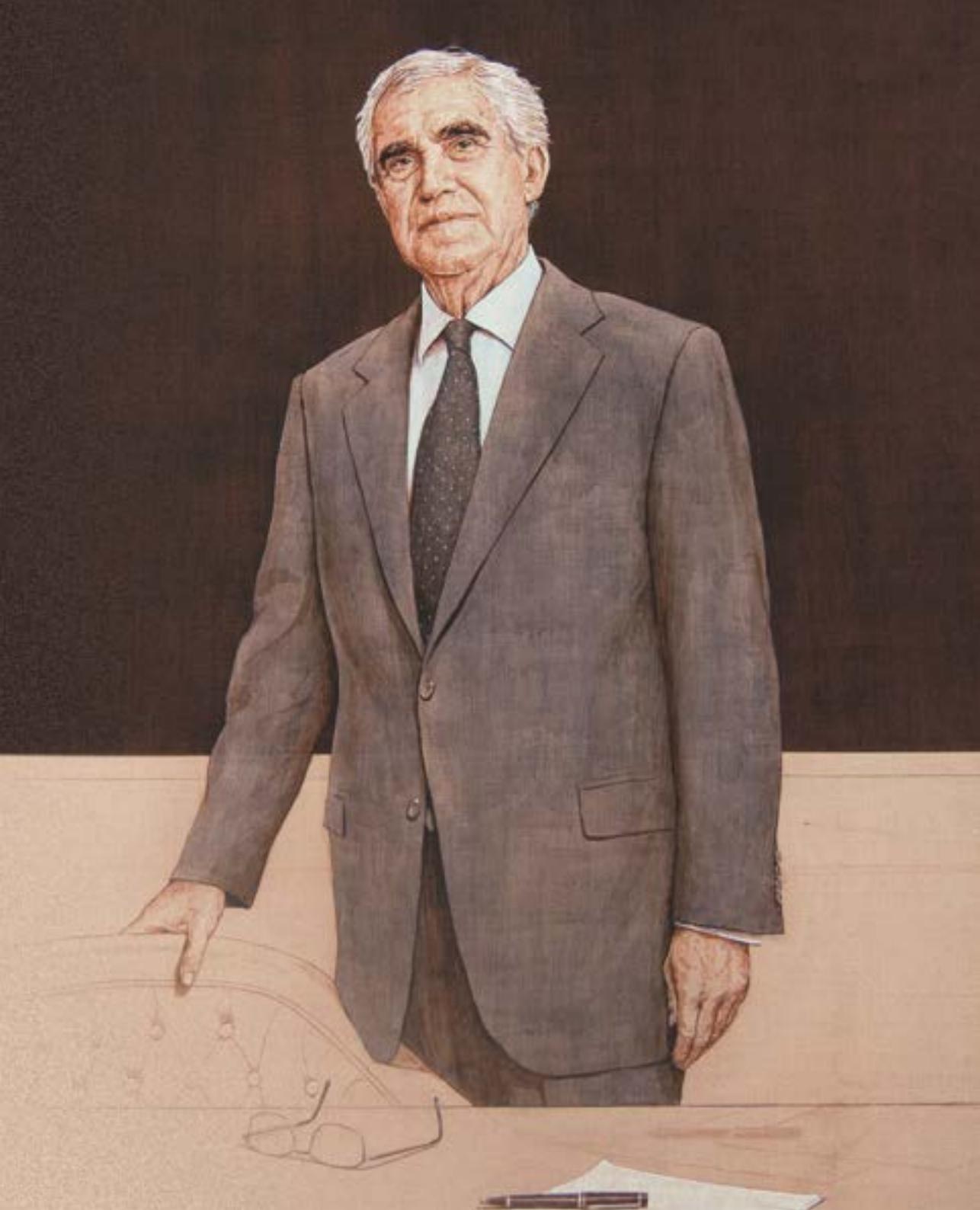


# El legado del fundador

## The founder's legacy

*in memoriam*

Francisco Riberas Pampliega  
1932 - 2010



## Un padre que siempre ha estado, y está, a nuestro lado A father who has never ceased to be by our side

Hace ya diez años que nuestro padre no está con nosotros. Pero su espíritu y su obra, su ejemplo como emprendedor, como empresario, como hombre de bien y como padre siguen tan presentes en nuestra memoria y en nuestros corazones, en nuestro trabajo y en nuestra familia, que es como si no se hubiera ido; como si permaneciera a nuestro lado, cada día; aconsejándonos, apoyándonos, enseñándonos, animándonos a seguir soñando, guiándonos por el buen camino. Diez años después, él sigue siendo nuestro padre y maestro. Para nosotros, sin duda ese fue su mejor legado, mucho más valioso que el éxito corporativo o profesional.

Su referencia, sus valores están siempre ahí, presentes y frescos. Los utilizamos a diario, en conferencias, en negociaciones, en presentaciones; nos inspira y nos ayuda, nos da fuerza y confianza. Una referencia que no solo está presente para nosotros o nuestra familia, también para el Grupo. Si decidimos colocar una imagen de "el Jefe" en cada fábrica y en cada sede es, precisamente, porque los valores de la compañía están ahí, se resumen en esa figura, en esa expresión tan sólida y humana a un tiempo, en esa mirada todo fortaleza y determinación.

It's been ten years since our father departed. But his spirit and his work, his example as an entrepreneur, as a businessman, as a good man and as a father is still so present in our memory and in our hearts, in our work and in our family, that it is as if he had never left; as if he remained by our side, every day; advising us, supporting us, teaching us, encouraging us to keep dreaming, guiding us towards the right path. Ten years later, he is still our father and teacher. For us, this is unquestionably his finest legacy, much more important than the company, much more valuable than corporate or professional success.

His reference, his values are always there, present and fresh. We use them every day, in conferences, in negotiations, in presentations; he inspires and helps us, he gives us strength and confidence. A reference that is not only present for us or our family, but also for the Group. Our decision to place an image of "the Boss" in every factory and in every headquarters, is precisely because the values of the company are embodied there, they are summarized in that figure, in that expression so solid and human at the same time, in that gaze of strength and determination.



Francisco Riberas Pampliega, junto a sus hijos Jon y Paco. 1996  
Francisco Riberas Pampliega, with his sons Jon and Paco. 1996

Su historia es la de un hombre que no temió arriesgar para alcanzar sus sueños, que no retrocedió ante muros a priori infranqueables, que no se desvió un ápice de sus principios y sus valores. La historia de un empresario de éxito, sí; pero sobre todo de un trabajador, que es lo que Francisco Riberas fue durante toda su vida, desde los trece hasta los setenta y ocho años. Un trabajador inagotable, exigente, voluntarioso, honesto, inconformista. Y valiente, que es precisamente lo que distingue al empresario, su valor diferencial. Un hombre hecho a sí mismo que nunca dejó de pelearse con la vida, como trabajador y como empresario.

His story is that of a man who was not afraid to take risks in order to realize his dreams, who did not retreat before walls that were a priori insurmountable, who did not deviate one iota from his principles and values. The story of a successful businessman, yes; but above all of a worker, which is what Francisco Riberas was all his life, from the age of thirteen to the age of seventy-eight. A tireless, demanding, willing, honest, non-conformist worker. And brave, which is precisely what distinguishes the entrepreneur, his differential value. A self-made man who never stopped fighting, as a worker and as an entrepreneur.

Citando a sir Winston Churchill, cuyo sentido común nunca se rindió ante lo políticamente correcto, «Muchos miran al empresario como el lobo que hay que abatir; otros lo miran como la vaca que hay que ordeñar; pero muy pocos lo miran como el caballo que tira del carro». Esta es, desde luego, una acertada definición y una justa reivindicación de la figura del empresario, tan denostada, tan incomprendida. Es exactamente así como nosotros conocimos y vivimos, desde muy pequeños, la figura de nuestro padre. Un caballo noble y fuerte, tirando de un carro cargado de sueños y de dificultades, de jornadas interminables y de responsabilidades, de esfuerzo y de oportunidades que nunca desperdicó; o que él mismo creó. Un carro cargado también de éxito. Un éxito merecido que sin embargo nunca se le subió a la cabeza, que no le impidió seguir tirando del carro año tras año, década tras década hasta su retiro definitivo, forzado por la edad y la salud.

Él nos supo transmitir el valor y la responsabilidad que implicaba esa carga. Nos explicó que la nuestra sería una vida de esfuerzo y entrega total a la empresa, y nos enseñó a desecharla, a agradecerla y a sobrellevarla. Como si siguiera el dictado de Louis Pasteur: «No evitéis a vuestros hijos las dificultades de la vida, enseñadles más bien a superarlas». Él nos legó todo su conocimiento empresarial y humano, nos dio las herramientas y nos marcó el camino. Nos enseñó a mirar alto, siempre hacia delante, sin miedo, sin límites prefijados.

To quote Sir Winston Churchill, whose common sense led him to never surrender to political correctness, "Many look upon the businessman as the wolf to be brought down; others look upon him as the cow to be milked; but very few look upon him as the horse that pulls the cart." This is, of course, a correct definition and a just vindication of the figure of the businessman, so reviled, so misunderstood. This is exactly how we knew and lived, from a very young age, the figure of our father. A noble and strong horse, pulling a cart loaded with dreams and difficulties, never-ending days and responsibilities, effort and opportunities that he never wasted; or that he created himself. A cart also loaded with success. A deserved success that never went to his head, that did not prevent him from continuing to pull the cart year after year, decade after decade until his definitive retirement, forced by age and health.

He knew how to transmit us the courage and responsibility that this burden implied. He told us that our lives would be lives of effort and total dedication to the company, and he taught us to desire it, to be grateful for it and to bear it. As if he were following Louis Pasteur's dictum: "Do not spare your children the difficulties of life but teach them to overcome them". He left us all his business and human knowledge, gave us the tools and showed us the way. He taught us to look up, always forward, without fear, with no preconceived limits.

Y, por encima de todo, nos confió sus valores éticos; la honestidad, la generosidad, la humildad, el esfuerzo, el mérito, el inconformismo, la pasión; el pensamiento siempre puesto en los demás, la permanente responsabilidad por nuestra gente, por la sociedad, por el planeta que dejaremos en herencia a nuestros hijos.

Esa es la filosofía que nos ha guiado desde que entramos en la empresa familiar y que hemos tratado de seguir con la mejor voluntad: ser un grupo industrial que crea valor a largo plazo, con unos principios basados en el legado que nos transmitió nuestro padre.

Él ya no está con nosotros, pero nos ha dejado sus valores; valores que son la base de la cultura corporativa de Gonvarri/Gestamp, de todo lo que sabemos hacer. Estamos hablando del valor del trabajo bien hecho, de la confianza ante nuestros clientes, de la honradez y de la gratitud; estamos hablando de la responsabilidad ante nuestra gente y también ante la sociedad en general, que es el motivo último que nos ha impulsado a escribir estas líneas y compartir ese valioso legado con toda la familia Gonvarri/Gestamp —una gran familia que supera ya las cincuenta mil personas— y con toda la sociedad, especialmente con las nuevas generaciones. Ellos son el futuro, y en nuestras manos está decidir qué legado, qué valores, qué enseñanzas queremos dejarles.

Paco y Jon Riberas Mera

And, above all, he entrusted us with his ethical values; honesty, generosity, humility, effort, merit, non conformity, passion; to think always of others, permanently responsible for those around you, for society, for the planet that we will leave as an inheritance to our children.

This is the philosophy that has guided us since we entered the family business and that we have tried to follow as best we could: to be an industrial group that creates value in the long term, with principles based on the legacy that our father passed on to us.

He is no longer with us, but he has left us his values; values that are the basis of Gonvarri/Gestamp corporate culture, of everything we know how to do. We are talking about the value of a job well done, of trust in relation to our clients, of honesty and gratitude; we are talking about responsibility in relation to our people and also to society in general, which is the ultimate reason driving us to give life to this project and this book, the possibility of sharing this valuable legacy with the whole Gonvarri/Gestamp family - a large family that now exceeds forty thousand people - and with all of society, especially with the new generations. They are the future, and it is in our hands to decide what legacy, what values, what lessons we want to leave them.

Paco and Jon Riberas Mera

## Un hombre y empresario extraordinario An extraordinary person and businessman

Las dificultades preparan a los hombres para destinos extraordinarios, nos dijo el escritor británico C. S. Lewis. Y en el caso del fundador de Gonvarri, esta afirmación no puede ser más cierta. Francisco Riberas Pampliega no fue a la universidad, ni siquiera pudo terminar sus estudios de secundaria; no hablaba ningún idioma extranjero ni procedía de una familia adinerada; tampoco tenía experiencia empresarial alguna cuando montó su primer negocio, en una época y un entorno no precisamente propicios para triunfar. Lo que sí tenía Riberas era una enorme fuerza de voluntad, una capacidad ilimitada de entrega -a su trabajo y a los demás- y una inteligencia fuera de lo común; y también unos valores férreos que marcaron su trayectoria vital y empresarial a lo largo de toda su vida. La familia, la generosidad, el coraje, el tesón, la humildad, la honestidad, el deseo inagotable de aprender, la pasión por su trabajo, su inabarcable humanidad.

Todo ello hizo de Francisco Riberas un empresario extraordinario e irrepetible, que le dio la vuelta a su destino y se empeñó en triunfar en un mundo que, a priori, le negaba toda posibilidad. Pero el destino no contaba con la tozudez, la ilusión y la valentía de Riberas, no conocía su talento creador ni su infinito espíritu de sacrificio. No sabía que su motor era, precisamente, su permanente inconformismo.

Difficulties prepare men for extraordinary destinies, British writer C.S. Lewis tells us. And in the case of the founder of Gonvarri, this statement could not be truer. Francisco Riberas Pampliega did not go to university, nor was he able to finish his secondary school studies; he did not speak any foreign languages and did not come from a wealthy family; nor did he have any business experience when he set up his first business, at a time and in an environment that was not exactly conducive to success. What Riberas did have was enormous willpower, an unlimited capacity for dedication - to his work and to others - and an unusual intelligence; and also iron willed values that marked his life and business career throughout his life. Family, generosity, courage, tenacity, humility, honesty, an inexhaustible desire to learn, a passion for his work, and his boundless humanity.

All this made Francisco Riberas an extraordinary and one-of-a-kind businessman, who turned his destiny around and strove to succeed in a world that, a priori, denied him any possibilities. But destiny did not count on Riberas' stubbornness, illusion and courage; it did not know his creative talent or his infinite spirit of sacrifice. It did not know that his engine was, precisely, his undying nonconformity.



Francisco Riberas Pampliego

Y el destino finalmente se vio obligado a ceder, abriéndole el camino hacia el éxito más rotundo. Un éxito trabajado día tras día, minuto a minuto, desde que Riberas tenía apenas 13 años.

«Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad o la energía atómica: la voluntad», una verdad sin paliativos que el propio Albert Einstein habría dedicado a Francisco Riberas en caso de haberle conocido. En un mundo rebosante de oportunidades y facilidades como el actual -tiempos de globalización, tecnología y formación sin límites- es difícil entender el contexto en el que Riberas creó de la nada uno de los mayores grupos empresariales de Europa.

And destiny was finally forced to give in, opening the way for him to the most resounding success. A success worked for day after day, minute after minute, from the time Riberas was a mere 13 years old.

“There is a driving force more powerful than steam, electricity or atomic energy: the will”, an undeniable truth that Albert Einstein himself would have dedicated to Francisco Riberas if he had known him. In a world brimming with opportunities and facilities like the present one - times of globalization, technology and limitless training - it is difficult to understand the context in which Riberas created one of Europe’s largest business groups from scratch.



Nombramiento de Francisco Riberas como hijo predilecto de Rabé de las Calzadas. 1980  
Appointment of Francisco Riberas as Rabé de las Calzadas favorite son. 1980

Porque la "nada" de la posguerra española se encuentra a años luz de la "nada" de la España de hoy. La de entonces era un cero casi absoluto. Literalmente. Y ahora, que tan de moda está el término "empreendedor", conviene recordar que hubo en aquella época una raza de emprendedores que hoy sería muy difícil encontrar. Hechos de otra pasta. Duros. Tenaces. Inagotables. Héroes de carne, hueso y sudor. Auténticos Quijotes enfrentándose, sin lanza ni armadura, a los gigantes de la miseria y la falta total de recursos, de ayudas o de subvenciones. Y también auténticos creadores, según la primera acepción del término: «Producir algo de la nada». La perfecta definición de Empresario, con mayúscula, ese término hoy tan injustamente denostado, que es sinónimo de valiente, dinámico, comprometido, honesto, trabajador, sacrificado...

Because the "nothingness" of the Spanish postwar period is light years away from the "nothing" of today's Spain. The former was an almost absolute zero. Literally. And now, with the term "entrepreneur" so much in vogue, it is worth remembering that at that time a breed of entrepreneurs existed who would be very difficult to find today. Made of different stuff. Tough. Tenacious. Heroes of flesh and blood and sweat. Authentic Quixotes facing, without spear or armor, the giants of misery and a total lack of resources, aid or subsidies. And also, authentic creators, according to the first meaning of the term: "To produce something from nothing". The perfect definition of a Businessman, with a capital "B", that term today so unjustly denounced, which is synonymous with being brave, dynamic, committed, honest, hard-working, self-sacrificing...

Riberas fue, sin duda, uno de aquellos Quijotes creadores de empresas que dio la posguerra española. Y uno de sus máximos exponentes, teniendo en cuenta la distancia entre su punto de partida y el de llegada. De extremo a extremo de la tabla. De la nada al éxito más rotundo.

Francisco Riberas, como Leonardo Da Vinci, era hombre de muchas almas. Un ser inquieto, con tantos y tan diferentes talentos (sociales, empresariales, culturales, humanos...); y una personalidad desde luego nada unidimensional, sino más bien compleja y con muchas vertientes. Con una gran capacidad de ilusionarse e ilusionar a los demás, que es la esencia del liderazgo. Y una mente siempre abierta a todo cuanto le rodeaba, que suplió su escasa formación escolar con una permanente predisposición a aprender. Desde muy joven, apenas un niño, le plantó cara a la vida y se enfrentó a ella con una madurez, un temple y un coraje fuera de lo común. Y una solidez moral a toda prueba. Su profunda humanidad, su carácter sensible, cordial y generoso, forjaron en su entorno un prestigio sin fisuras. Pero también fue apreciado como empresario duro, sólido y negociador temible. Supo rodearse de un equipo creado a su imagen y semejanza, de hombres comprometidos, trabajadores y leales; hechos a sí mismos, como él. Y supo asimismo forjar a sus hijos, casi desde niños, con el objetivo -el sueño- de dar continuidad a su legado. Ellos, Paco y Jon, tomaron el testigo con ilusión y responsabilidad y han llevado al grupo empresarial que creó su padre a lo más alto, dentro y fuera de nuestras fronteras. Número uno en España y de los primeros de Europa en la industria transformadora del acero y de la estampación de componentes para el automóvil; además de otras actividades relacionadas con la seguridad vial, las energías renovables, la industria o la logística.

Riberas was, without a doubt, one of those Quixotes who created companies in the Spanish post-war period. And one of its greatest exponents, taking into account the distance between his starting point and his destination. From one end to the other on the chart. From nothing to the most resounding success.

Francisco Riberas, like Leonardo Da Vinci, was a man of many souls. A restless being, with so many different talents (social, business, cultural, human...); and a personality that was certainly not one dimensional, but rather complex and multifaceted. He had a great capacity to get excited and inspired and to excite and inspire others, which is the essence of leadership. His mind was always open to everything around him, which made up for his poor schooling; he had an undying predisposition to learn. From a very young age, barely a child, he stood up to life and faced it with extraordinary maturity, mettle and courage. And with an unshakeable moral solidity. His deep humanity, his sensitive, cordial and generous character, forged in his environment a prestige without fissures. But he was also appreciated as a tough, solid businessman and fearsome negotiator. He knew how to surround himself with a team created in his image and likeness, of committed, hard-working and loyal men; self-made, like him. And he also knew how to infuse his children, almost from childhood, with the goal - the dream - of giving continuity to his legacy. They, Paco and Jon, took the baton with enthusiasm and responsibility and have taken the business group their father created to the very top, both domestically and internationally. Number one in Spain and one of the first in Europe in the steel processing and automotive component stamping industry; in addition to other activities related to road safety, renewable energies, industry and logistics.

No es frecuente encontrar empresarios que hayan forjado un imperio de una forma tan personal y partiendo desde tan abajo (desde la adversidad, que fue su escuela y su espuela). Una odisea en toda regla, a la altura de grandes empresarios y creadores españoles como Ramón Areces o Amancio Ortega, a quienes Francisco Ribera admiraba sinceramente. Y, sin embargo, ha sido un personaje prácticamente desconocido en su propio país, a pesar de haber llevado con orgullo la marca España a cuatro continentes, de haber generado riqueza en países avanzados y en vías de desarrollo y de dar trabajo a decenas de miles de personas.

La historia de Francisco Ribera es una epopeya que rebasa los límites que la vida o el destino le habían marcado. Desde los lejanos días de la posguerra en un barrio periférico de Madrid, años de carencias y miedos, hasta los años de éxito empresarial y la creación de una de las compañías más importantes del mundo en su sector. Y es también una impagable lección de emprendimiento que supera cualquier MBA de prestigio. Y aun así, manteniendo sus raíces eminentemente familiares y fiel a los valores empresariales y humanistas de su fundador, que la han definido desde su nacimiento.

La historia de Gonvarri es la historia de Francisco Ribera. La historia de seis décadas de trabajo duro y sin descanso, de pasión y dedicación plena; la historia de una vida sin tregua recorriendo un camino plagado de renuncias, esfuerzo y tesón, y también de amor por su familia y por su profesión. La historia de un éxito que aún no ha llegado a su destino, que sigue disfrutando del viaje.

It is not often that one finds businessmen who have forged an empire in such a personal way, having started from such a humble condition (from adversity, which was their school and their spur). A genuine odyssey, on a par with other great Spanish businessmen and creators such as Ramón Areces and Amancio Ortega, whom Francisco Ribera sincerely admired. And yet, he has remained a virtually unknown figure in his own country, despite having proudly taken the Spanish brand to four continents, generated wealth in advanced and developing countries and provided jobs for tens of thousands of people.

The story of Francisco Ribera is an epic one that goes beyond the limits that life or destiny set for him. From the far off post war days of a peripheral neighborhood of Madrid, through years of deprivation and fear, to the years of business success and of the creation of one of the most important companies in the world in its sector. And it is also an invaluable lesson in entrepreneurship that surpasses any prestigious MBA. And yet, the business still maintains its family roots and remains faithful to the business and humanist values of its founder, which have defined it since its birth.

The history of Gonvarri is the story of Francisco Ribera. The story of six decades of hard work without rest, of passion and total dedication; the story of a life without respite, of the traveling of a path paved with renunciations, effort and tenacity, and also of love for his family and his profession. A story of success that has not yet reached its destination, one that continues to enjoy the journey.



50 aniversario Gonvarri Burgos. 2017 / Gonvarri Burgos 50<sup>th</sup> anniversary. 2017

Hoy, la compañía que fundó Francisco Riberas en 1958 tiene el respeto de los siderúrgicos de todo el mundo. Un gigante empresarial que mantiene sin embargo sus raíces y su espíritu de empresa familiar. Un factor que le permite seguir siendo una compañía atípica en casi todo: en el horario, en el modo de trabajar, en la formación y promoción del personal, en su profunda involucración en la RSC, en su ética empresarial. Y, sobre todo, en los valores de su fundador, que son su más preciado legado.

Today, the company that Francisco Riberas founded in 1958 has won the respect of steelmakers all over the world. A business giant that nevertheless maintains its roots and its family business spirit. A factor that allows it to continue being a company that is atypical in almost everything: in its timetable, in the way it works, in the training and promotion of its staff, in its deep involvement in CSR, in its business ethics. And, above all, in the values of its founder, which are its most precious legacy.

# Doing Well by Doing Good

Este legado fundacional que nos dejó Francisco Riberas, estos valores éticos y empresariales que marcaron el camino de Gonvarri desde sus inicios, son los que inspiraron también la creación de Emotional Driving hace cinco años. Un gran proyecto de formación, concienciación y acción que siempre ha tenido presente el propósito de la compañía: Doing Well by Doing Good. Solo actuando bien se consigue hacer las cosas bien; creyendo en lo que se hace, obrando con honestidad y con coherencia. Y en el caso de Emotional Driving, actuar bien significa una sola cosa: salvar vidas en la carretera. Este y no otro es el fin último del programa. Y, a tenor de los resultados logrados en estos cinco años, podemos decir con orgullo que vamos por buen camino, pero somos conscientes de que todavía nos queda mucho por recorrer y muchas vidas que salvar.

Emotional Driving es también una muestra más de la coherencia de Gonvarri como empresa comprometida con su gente y con la sociedad. Un modelo de negocio coherente y comprometido, que parte de ese propósito inspirado por el fundador —Doing Well by Doing Good—; que se desarrolla en un territorio muy nuestro, la Seguridad Vial, a través de un relato diferencial, único y propio basado en la motivación positiva (el programa Emotional Driving); que busca aportar su granito de arena a los Objetivos de Desarrollo Sostenible promulgados por Naciones Unidas; y que, con la colaboración inestimable de asociaciones y empresas igualmente comprometidas, llega por diferentes vías y de manera convincente y eficaz a todos los grupos objetivo de la seguridad vial: desde los empleados de Gonvarri (Nuestros

This foundational legacy left by Francisco Riberas, these ethical and business values that marked Gonvarri's path from the beginning, are what also inspired the creation of Emotional Driving five years ago. An important project of training, awareness-raising and action that has constantly kept the company's purpose in mind: Doing well by doing Good. Only by acting well do we manage to do things right; by believing in what we do, acting honestly and coherently. And in the case of Emotional Driving, acting well means only one thing: saving lives. This and no other is the ultimate goal of the program. And, based on the results achieved over these five years, we can proudly say that we are on the right track, but we are aware that we still have a long way to go and many lives to save.

Emotional Driving is another example of Gonvarri's coherence as a company committed to its employees and to society. A coherent and committed business model based on that goal inspired by the founder -Doing Well by Doing Good-; which is developed in an area very near to us, Road Safety, and through a unique story based on positive motivation (the Emotional Driving program); which seeks to contribute its grain of sand to the Sustainable Development Goals promulgated by the United Nations; and which, with the invaluable collaboration of equally committed associations and companies, reaches all road safety target groups in different ways and in a convincing and effective manner: from Gonvarri's employees (Our Drivers) to youngsters (Future Drivers), including children, through the awareness of their parents (Motivated Drivers),



Convención Grupo Gonvarri. 2007 / Gonvarri Annual Meeting 2007

conductores) hasta los jóvenes (Futuros conductores), pasando por los niños, como conciencia de sus padres (Conductores motivados), los profesionales del transporte o los colectivos con discapacidad intelectual. Toda la cadena de valor. Y toda una cadena de valores, enlazados unos con otros en acciones concretas que tienen un foco común, las personas, y una clara prioridad: alcanzar el "Objetivo Cero" (cero víctimas mortales). Una meta alcanzable, pero solo si todos —empresas, profesionales, asociaciones, administraciones públicas y sociedad civil— empujamos en la misma dirección.

El viaje de Emotional Driving comenzó hace cinco años, tiempo en el que hemos recorrido ya un buen tramo del trayecto. Y aunque aún nos queda un largo camino por delante, contamos con una enorme ventaja: un punto de partida inmejorable, un equipo de conductores verdaderamente motivados e ilusionados y la inspiración permanente de los valores y principios de Francisco Riberas.

transport professionals or groups with intellectual disabilities. The entire value chain. And a whole chain of values, linked to each other in concrete actions that have a common focus, people, and a clear priority: to achieve "Goal Zero" (zero fatalities). An attainable goal, but only if we all - companies, professionals, associations, public administrations and civil society - strive in the same direction.

Emotional Driving's journey began five years ago, during which time we have already traveled a good stretch. And although we still have a long way to go, we have an enormous advantage: an unbeatable starting point, a team of truly motivated and enthusiastic drivers and the constant and undying inspiration of Francisco Riberas' values and principles.

ir al **índice**  
go to **index**





# Prólogo

# Foreword

Inspirados por el legado del fundador de Gonvarri, el programa Emotional Driving nació para reforzar una conducción más segura a través de acciones y mensajes positivos y motivadores, alineando la seguridad vial con los objetivos estratégicos de la compañía.

*Inspired by the legacy of Gonvarri's founder, the Emotional Driving program was born to reinforce safer driving through the company's strategic goals.*

Gonvarri es una empresa global que siempre ha apostado por la calidad y la innovación, lo que la ha convertido en referencia a nivel mundial del sector de la transformación del acero plano y el aluminio. Más allá de su actividad vinculada con la seguridad vial —suministra soluciones metálicas para el sector automovilístico y para mejorar la seguridad en las carreteras—, fue el compromiso con el bienestar de sus trabajadores y colaboradores lo que llevó a la compañía a iniciar el proyecto Emotional Driving, cuyo objetivo final es mejorar nuestra forma de conducir; ser más seguros, más conscientes, más sensibles.

La clave diferencial de este programa, sin embargo, no está tanto en el objetivo (la conducción responsable) como en un nuevo enfoque que la hace única. Emotional Driving alude a nuestras emociones, nos recuerda los valores éticos universales y nos conciencia a través de mensajes positivos, ante los que somos más receptivos. En lugar de utilizar el miedo o la tragedia, Emotional Driving nos ayuda a reflexionar en positivo acer-

Gonvarri is a global company that has always been committed to quality and innovation, which has made it a world reference in the flat steel and aluminum transformation sector. Beyond its activity linked to road safety - it provides metallic solutions for the automotive sector and to improve road safety - it was its commitment to the well-being of its workers and collaborators that led the company to initiate the Emotional Driving project, whose final goal is to improve the way we drive; to make us safer, more aware, more sensitive.

The differential note of this program, however, is not so much in the goal (responsible driving) but in a new approach that makes it unique. Emotional Driving alludes to our emotions, reminds us of universal ethical values and makes us aware of them through positive messages, to which we are more receptive. Instead of using fear or tragedy, Emotional Driving helps us reflect positively on the reasons we all have for driving responsibly and

ca de las razones que todos tenemos para conducir de manera responsable y también nos invita a compartirlas con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo y la sociedad en general. Y como ha demostrado la campaña a lo largo de estos cinco años, desde el optimismo y la motivación es más eficaz sensibilizar al conjunto de la sociedad acerca de este problema que nos afecta a todos. Y es también más coherente con la filosofía de la compañía.

El programa, que comenzó en diciembre de 2014 en las oficinas centrales de Gonvarri y rápidamente se extendió a la gran familia nacional e internacional del Grupo, tuvo un impulso añadido con la publicación, en 2016, del libro *Emotional Driving: Reflexiones para entender la seguridad vial con optimismo*. Fue, y sigue siendo, un referente para todas aquellas personas sensibilizadas con la seguridad vial, dentro y fuera de la compañía. Desde un enfoque esencialmente personal y reflexivo, el libro recoge numerosos testimonios, impresiones y experiencias de personas que quieren compartir su visión y su compromiso con la seguridad vial y la conducción responsable. Desde el campeónísimo Carlos Sainz y los presidentes de Gonvarri y Gestamp, hasta directivos y trabajadores del Grupo, profesionales de la seguridad vial, conductores que han cambiado su actitud frente al volante debido a un suceso traumático o diferentes fundaciones y entidades vinculadas en mayor o menor medida con el tema de la conducción.

El libro que ahora estás leyendo da continuidad, cinco años después del nacimiento de Emotional Driving, a las reflexiones de aquel primer volumen. Manteniendo el mismo espíritu positivo

also invites us to share them with our family, friends, co-workers and society in general. And as the campaign has shown over these five years, using optimism and motivation is a more effective way to raise awareness in society as a whole about this problem that affects us all. And it is also more consistent with the company's philosophy.

The program, which began in December 2014 at Gonvarri Headquarters and quickly spread to the Group's large national and international family, had an added boost with the publication, in 2016, of the book *Emotional Driving: Reflections for an optimistic understanding of road safety*. It was, and still is, a reference for all those people who are aware of road safety, both inside and outside the company. Using an essentially personal and thoughtful approach, the book offers numerous testimonies, impressions and experiences of people who want to share their vision and commitment to road safety and responsible driving. These include the racing champion Carlos Sainz and the presidents of Gonvarri and Gestamp, as well as the Group's executives and workers, road safety professionals, drivers who have changed their attitude to driving due to a traumatic event, and different foundations and entities linked, to a greater or lesser extent, to the matter of driving.

The book you are reading gives continuity, five years after the birth of Emotional Driving, to the reflections of that first volume. While maintaining the same positive and motivating spirit, as well as collaborations and experiences, messages and attitudes about road safety, this second

y motivador, además de colaboraciones y experiencias, de mensajes y actitudes sobre seguridad vial, esta segunda parte añade un importante plus, tan necesario como revelador: los estudios sobre hábitos de conducción que se han realizado con diversos colectivos tanto en España como en Argentina. A través de datos reales, tomados sobre el terreno, a pie de asfalto, hemos aprendido cuáles son las costumbres — las manías, los defectos, los peligros, las virtudes también— de los conductores en general, y de los jóvenes españoles en particular, cuando se sientan al volante. Los resultados son más que significativos. Y son la constatación de que vamos por buen camino, que la intuición que marcó el inicio de este proyecto era acertada, y que debemos seguir explorando esa nueva ruta. De hecho, ya están en marcha nuevos estudios en los países donde Gonvarri tiene presencia.

Todo ello nos invita a seguir reflexionando sobre los retos que aún tenemos pendientes. Uno de los prioritarios es alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible que Naciones Unidas aprobó en septiembre de 2015, concretamente el objetivo 3.6, al que Gonvarri contribuye de manera directa. Dicho objetivo establece la necesidad de reducir a la mitad el número global de muertes y lesiones producidas por accidentes de tráfico para 2020. Obviamente, ni como empresa ni como sociedad hemos conseguido alcanzar esta cifra. Por eso, el nuevo reto que nos hemos marcado desde Gonvarri es el Objetivo Cero. Nos queda mucho camino por recorrer, un camino lleno de dificultades, de pendientes y curvas siniuosas, pero tenemos el mejor vehículo posible para llegar a destino: Emotional Driving.

book includes an important addition, as necessary as it is revealing: the studies on driving habits that have been carried out with different groups both in Spain and in Argentina. Through real data, taken on the ground, on the asphalt, we have learned what the habits are -the manias, the defects, the dangers, the virtues too- of drivers in general, and of young Spaniards in particular, when they sit behind the wheel. The results are more than significant. And they are the proof that we are on the right track, that the intuition that marked the beginning of this project was right, and that we must continue to explore this new route. In fact, new studies are already underway in the countries where Gonvarri has a presence.

All of this invites us to continue reflecting on the challenges still ahead of us. One of our priorities is to achieve the Sustainable Development Goals passed by the United Nations in September 2015, specifically goal 3.6, to which Gonvarri contributes directly. This goal establishes the need to reduce by half the global number of deaths and injuries caused by road accidents by 2020. Obviously, neither as a company nor as a society have we managed to achieve this number. Therefore, the new challenge that we have set ourselves at Gonvarri is Goal Zero. We still have a long way to go, a road full of difficulties, slopes and winding curves, but we have the best possible vehicle to reach our destination: Emotional Driving.

ir al [índice](#)  
go to [index](#)

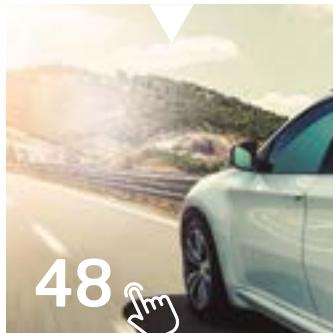




## 4 El legado del fundador *The founders' legacy*



24



48



90



↳ Gonvarri,  
seguridad vial  
y sostenibilidad  
*Gonvarri, road  
safety and  
sustainability*

↳ 26 Seguridad vial  
*Road Safety*

↳ 38 Sostenibilidad  
*Sustainability*

↳ Emotional Driving 2015-2020

↳ Cinco años en  
la carretera  
*Five years  
on the road*

↳ Nuestros  
conductores  
*Our drivers*

↳ 95 Roadshow

↳ 107 Campañas  
con mensaje  
positivo

*Campaigns with a  
positive message*

↳ 142 Formación vial  
*Road training*



148



162



182

## 👉 Conductores motivados *Motivated drivers*

- 👉 152 Formación y Sensibilización  
*Training and awareness*

- 👉 158 Colectivos con capacidades diferentes  
*Groups with different capacities*

## 👉 Futuros conductores *Future drivers*

- 👉 166 Educación en valores  
*Education in values*

- 👉 169 La vida es maravillosa  
*Life is wonderful*

- 👉 173 Tenemos una misión  
*We have a mission*

- 👉 177 He observado que solo tenéis una vida  
*I've observed that you only have one life*

## 👉 Compañeros de viaje *Fellow travelers*

- 👉 186 Entidades colaboradoras  
*Partners*

- 👉 200 Reconocimientos  
*Acknowledgements*

## 👉 Epílogo 208 *Epilogue*

- 👉 210 Los valores del Fundador  
*The Founder's values*

- 👉 214 El camino continúa  
*The journey continues*



OBJET  
DE DESAR  
SOSTEN

CERRO  
CAMBRE

SALUD  
Y BIENESTAR



CCC

CE



CE



# Gonvarri, seguridad vial y sostenibilidad

## *Gonvarri, road safety and sustainability*



## GONVARRI Y LA SEGURIDAD VIAL GONVARRI AND ROAD SAFETY

Desde hace tres décadas, Gonvarri entiende la seguridad vial como un compromiso con la innovación, con la sociedad y con la vida de las personas. El fin último que nos mueve, nuestra gran motivación, es poder colaborar para que los coches y las carreteras sean más seguras y salvar así vidas.

*For three decades, Gonvarri has understood road safety as a commitment to innovation, to society and to people's lives.  
The ultimate goal that drives us, our great motivation, is to be able to collaborate so that cars and roads are safer and thus save lives.*

La relación de Gonvarri con la seguridad vial no es algo reciente, precisamente. El grupo comenzó a involucrarse en esta causa hace más de veinticinco años; al principio de una forma sencilla, fabricando valla de carretera. Casi tres décadas después, podemos decir que aquella modesta aventura industrial se ha convertido hoy en una de nuestras principales divisiones, la de Seguridad Vial (Road Steel), que pone en valor la preocupación de la compañía por conseguir que los márgenes de las vías sean cada día más seguros. O lo que es lo mismo, que cada año muera menos gente en nuestras carreteras. Y aunque es cierto que las cifras de accidentes mortales han descendido en los últimos tiempos, queda aún mucho trabajo por hacer, en los vehículos, en la mentalidad de los conductores y, por supuesto, en las vías. Son muchos los accidentes mortales que se podían haber evitado con una solución sencilla; y son muchos los que aún se pueden evitar.

Gonvarri's relationship with road safety is not exactly a recent one. The group began to get involved with this cause more than twenty-five years ago; at first in a straight forward way, manufacturing road barriers. Almost three decades later, we can say that that modest industrial adventure has today become one of our main divisions, Road Safety (Road Steel), which highlights the company's concern for making road borders safer every day. Or what amounts to the same thing, for fewer people to die on our roads every year. And although it is true that the number of fatal accidents has fallen recently, there is still a lot of work to be done, on the vehicles, on the mentality of the drivers and, of course, on the roads. There are many fatal accidents that could have been avoided through a simple solution; and there are many that can still be avoided.



Esta es la razón fundamental por la que, a lo largo de estos años, en Gonvarri hemos evolucionado desde la transformación de un producto, el acero, a plantear y desarrollar soluciones para la seguridad vial. En todo el proceso, desde el principio hasta el final. El análisis del problema, la identificación y evaluación de las diferentes zonas de riesgo que existen en la carretera que, como conductores, casi nunca tenemos en cuenta. La sociedad clama por nuevas medidas de seguridad. Los conductores, los expertos, las administraciones, el sentido común... Y Gonvarri,

This is the main reason why, over the years, Gonvarri has evolved from transforming a product (steel), to planning and developing solutions for road safety. In the whole process, from beginning to end. The analysis of the problem, the identification and evaluation of the different risk areas that exist on the road which, as drivers, we almost never take into account. Society is calling for new safety measures. Drivers, experts, administrations, common sense... And Gonvarri, from its Road Safety division, has been responding and providing



desde su división de Seguridad Vial, lleva ya años dando respuesta y soluciones a esta demanda, siguiendo una estrategia de trabajo que busca la innovación y el liderazgo en su sector. No solo en España, también exportando innovación española a multitud de países. Y es que, hoy por hoy, Road Steel es un referente en innovación en todo el mundo.

Dentro de este servicio a la sociedad, de este compromiso en favor de la seguridad vial y la vida de las personas, no es exagerado afirmar que la compañía ha sido un activo esencial en el gran desarrollo que se ha producido en España en los últimos diez años; un país que nunca

solutions to this demand for years, following a work strategy that seeks innovation and leadership in its sector. Not only in Spain, but also exporting Spanish innovation to many other countries. Today, Road Steel is a reference in innovation worldwide.

Through this service to society, this commitment to road safety and people's lives, it is not an exaggeration to say that the company has been an essential asset in the enormous leap forward Spain has made over the last ten years; a country that had never been a pioneer in this area and today is at the forefront of technology worldwide. We have worked hard and well. And

había sido pionero en esta materia y hoy está a la cabeza tecnológicamente en todo el mundo. Hemos trabajado mucho y bien. Y seguimos abriendo nuevos caminos para su desarrollo, llegando a cualquier rincón del planeta donde podamos aportar nuestra experiencia y valor añadido. Y siempre con el mismo objetivo: ayudar a mejorar la calidad de las carreteras en todo el mundo. Estos son los valores que siempre han guiado nuestra empresa, desde su fundación. La mejora continua, el espíritu innovador, la vocación internacional, el compromiso con la sociedad y la certeza de que el fin último que nos mueve, nuestra gran motivación, es poder colaborar para que todas las personas estén más seguras en las carreteras. Salvar vidas.

Como reflexiona Nacho Villoch —uno de los mayores expertos en innovación y transformación digital en España—, «Menos mal que hay empresas y personas que llevan años trabajando en la seguridad vial, en vehículos más seguros, en carrocerías indeformables con materiales y estructuras mejoradas, y en dispositivos de seguridad vial en las carreteras. Empresas innovadoras, con valores, preocupadas por las personas, el medio ambiente y la sostenibilidad, por el talento y la gestión eficiente de los recursos; que han liderado importantes transformaciones en su sector y promovido cambios que van más allá de su sector, llegando a toda la sociedad e incluso a la legislación. Empresas como Gonvarri, a las que les va bien precisamente porque hacen las cosas bien (*Doing well by doing Good*). Y además, tratando de hacer el bien, como en el caso de Emotional Driving».

we continue to open up new paths for its development, reaching any corner of the planet where we can contribute our experience and added value. And always with the same goal: to help improve the quality of roads around the world. These are the values that have always guided our company, since its foundation. The continuous improvement, the innovative spirit, the international vocation, the commitment to society and the certainty that the ultimate goal that moves us, our great motivation, is to be able to collaborate so that all people on the road are safer. To save human lives.

As Nacho Villoch -one of the greatest experts in digital innovation and transformation in Spain- states, «*It is a good thing that there are companies and people who have been working for years on road safety, on safer vehicles, on non-deformable car bodies with improved materials and structures, and on road safety devices on the roads. Innovative companies, with values, concerned about people, the environment and sustainability, about talent and efficient management of resources; that have led important transformations in their sector and promoted changes that go beyond their sector, reaching the whole of society and even the legislation. Companies like Gonvarri, which are doing well precisely because they do things right (*Doing well by doing good*). And also, trying to do good, as in the case of Emotional Driving».*

## El compromiso con las personas Commitment to people

Desde sus inicios, y especialmente estos últimos años, la seguridad y la salud de nuestros empleados es una de las prioridades de Gonvarri, porque somos muy conscientes de que las personas son nuestro activo más importante. Dentro y fuera de nuestras plantas. Es parte de la cultura corporativa de la compañía, cuidar a nuestra gente. Dar prioridad a las personas frente a los números, poner a los empleados por delante de la cuenta de resultados. Y, de paso, contribuir a impulsar el cambio de una sociedad enfocada en las cosas a una sociedad enfocada en las personas.

El tema de la seguridad nunca ha sido ajeno a la empresa, porque la actividad industrial implica ciertos riesgos laborales para los que hay que establecer todas las medidas preventivas necesarias. De ahí que en los últimos años se hayan llevado a cabo importantes iniciativas en este sentido, para dar solución a la necesidad de crear y potenciar una cultura de concienciación y prevención en todos los estamentos de la empresa. Considerar la seguridad como un requisito ineludible, implicando a directivos y empleados, ha demostrado ser la forma más efectiva para evitar accidentes, incidentes e imprudencias en la actividad laboral.

Así, en 2011 Gonvarri lanzó el programa "Un Paso Adelante", un plan global para fomentar la cultura preventiva en el trabajo; y también fuera

Since its inception, and especially in recent years, the health and safety of our employees has been one of Gonvarri's priorities, because we are well aware that people are our most important asset. Both inside and outside our plants. It is part of the company's corporate culture to take care of our people. Giving priority to people over numbers, putting employees before profits. And, in the process, to help drive the change from a society focused on things to a society focused on people.

The issue of safety has never been foreign to the company, because industrial activity involves certain occupational risks in relation to which all necessary preventive measures must be taken. This is why in recent years important initiatives in this direction have been embraced, to provide a solution to the need to create and promote a culture of awareness and prevention at all levels of the company. Considering safety as an obligatory requirement, involving managers and employees, has proven to be the most effective way to avoid accidents, incidents and recklessness in the workplace.

Thus, in 2011 Gonvarri launched the "One Step Ahead" program, a global plan to promote a culture of prevention in the workplace; and also outside it, in day-to-day activities. Four lines of action were developed to achieve these objectives: to have the best health and safety



de él, en el día a día. Se desarrollaron cuatro líneas de actuación para alcanzar esos objetivos: disponer de las mejores condiciones de seguridad y salud, para reducir los riesgos desde el origen; sistemas de gestión integrados en la línea jerárquica, para que cada uno supiera qué debía aportar a la seguridad; la formación de todo el personal sobre riesgos y normas; y la concienciación acerca de la importancia que tiene, para la compañía y los empleados, el cumplimiento de las normas existentes. Dentro de este Plan, Emotional Driving es, sin duda, el proyecto estrella, tanto por sus espectaculares resultados en este firme compromiso con la seguridad dentro de la empresa, como por los numerosos premios y reconocimientos que ha merecido también desde el exterior, a lo largo de sus cinco años de intensa y prolífica vida.

Cuando hablamos de tráfico, hablamos de siniestralidad laboral en mayúsculas, de cifras que hacen palidecer cualquier otra causa. Las estadísticas nos dicen que uno de cada tres accidentes labo-

conditions, to reduce risks from the outset; management systems integrated into the line of command, so that each person knows what they should contribute to safety; training of all employees on risks and standards; and awareness of the importance for the company and employees of complying with existing standards. Within this Plan, Emotional Driving is undoubtedly the star project, both for its spectacular results in this firm commitment to safety within the company, and for the numerous external awards and acknowledgements it has received, throughout its five years of intense and prolific life.

When we talk about motor vehicle traffic, we are talking about work accidents in capital letters, figures that dwarf any other cause in comparison. Statistics tell us that one out of every three fatal accidents at work is caused by motor vehicle traffic; of these, the majority occur during workers' journeys to their jobs or when they travel between work centers or as a result

rales mortales se produce por causa del tráfico; de estos, la mayoría ocurren durante los desplazamientos de los trabajadores a sus puestos de trabajo o en los desplazamientos entre centros de trabajo o derivados de su propia actividad. Teniendo en cuenta estos datos, la implicación de las empresas es absolutamente necesaria y urgente, es una cuestión de responsabilidad con sus empleados y con la sociedad. Y en el caso de Gonvarri es, además, una preocupación constante y una prioridad. Con este compromiso comenzó Emotional Driving su andadura en diciembre de 2014, en colaboración con AESLEME (Asociación para educar y sensibilizar sobre las lesiones por movilidad en España) y con el objetivo de fomentar la cultura preventiva en el ámbito de la seguridad.

La fortaleza del proyecto, y principalmente su éxito de participación (que alcanza el 91%), consiste en integrar tres fases —experiencia, participación y formación— que a través de mensajes positivos y testimonios cercanos aúna lo racional y lo emocional, lo formativo y lo experiencial, lo didáctico y lo lúdico; mensajes que han conseguido calar en el día a día de los empleados. Un reto colaborativo que Gonvarri propuso a sus trabajadores hace cinco años para motivarles a conducir más seguros y sensibilizarlos en torno a los beneficios de este tipo de conducción. Y, una de las claves del proyecto, que reflexionaran sobre qué les motiva para conducir seguros.

Las jornadas de Emotional Driving se plantearon para que los trabajadores de las diferentes plantas, en España y el resto de países, pudieran participar en distintas actividades, charlas y conferencias, incluyendo simuladores más que convincentes, impactantes testimonios de

of their own activity. Taking into account this data, the involvement of companies is absolutely necessary and urgent; it is a question of responsibility towards their employees and towards society. And in the case of Gonvarri, it is also a constant concern and a priority. With this commitment, Emotional Driving began its journey in December 2014 in collaboration with AESLEME (Association to educate and raise awareness about mobility injuries in Spain) and with the aim of promoting a preventive culture in the field of safety.

The strength of the project, and its success in terms of participation (reaching 91%), derives from the integration of three phases - experience, participation and training - which, through positive messages and close testimonies, bring together the rational and the emotional, the training and the experiential, the educational and the recreational; messages that have managed to permeate the daily lives of employees. This was a collaborative challenge that Gonvarri proposed its employees five years ago to motivate them to drive more safely and to make them aware of the benefits of this type of driving. And, one of the keys of the project was for them to reflect on what motivates them to drive safely.

The Emotional Driving activity days were planned so that workers from the different plants, in Spain and in the rest of the countries, could participate in different activities, talks and conferences, including more than convincing simulators, impressive testimonies from people involved in traffic accidents (victims, firemen, police and doctors), a participation based on



personas implicadas en los accidentes de tráfico (víctimas, bomberos, policías y médicos), la participación basada en lo que motiva a cada persona a conducir más segura y un curso de formación en el que se tratan las principales áreas de riesgo que afectan a la seguridad vial: peatones, factores humanos, condiciones de la vía y condiciones del vehículo.

Los resultados de estas iniciativas para prevenir riesgos laborales, y de otras que se han realizado a lo largo de la historia de la compañía, han conseguido que los trabajadores entiendan que la seguridad es un requisito innegociable en Gonvarri, y valoran el esfuerzo de la compañía tanto en las inversiones realizadas para eliminar riesgos y peligros, como en concienciar y fomentar la prevención de esos riesgos y peligros.

Gonvarri ha decidido asumir esta preocupación y no escatimar esfuerzos por sensibilizar a sus trabajadores y a la sociedad en general de lo importante que es no arriesgar cuando se trata de nuestra vida y la de los demás. Este es el objetivo de Emotional Driving, tratar de minimizar esas cifras y contribuir a salvar vidas en la carretera.

what motivates each person to drive more safely and a training course in which the main risk areas affecting road safety are dealt with: pedestrians, human factors, road conditions and vehicle conditions.

The results of these initiatives to prevent occupational risks, and of others that have been carried out throughout the company's history, have made the workers understand that safety is a non-negotiable requirement at Gonvarri, and they value the company's efforts both in the investments made to eliminate risks and dangers, and in raising awareness and promoting the prevention of those risks and dangers.

Gonvarri has decided to shoulder this concern and spare no effort to make its workers and society in general aware of how important it is to take zero risks when it comes to our lives and those of others. This is the objective of Emotional Driving, to try to minimize accident numbers and contribute to saving lives.

## El compromiso con la sociedad Commitment to society

Como hemos señalado anteriormente, una de las mayores preocupaciones de Gonvarri ha sido la seguridad de las personas que trabajan en ella, su integridad física. No se trata solo de cumplir una norma impuesta o de acatar una directiva europea, es algo que se lleva muy dentro, que la empresa ha interiorizado de tal manera que no se entiende sin ese compromiso. Y con la implicación de todos los departamentos, de todos los directivos y de todos los empleados y colaboradores. No puede ser de otra manera. Es lo que ha convertido al Grupo en un referente ético, guiándose por los principios fundacionales que definió Francisco Riberas referidos en su Código Ético y de Conducta del Grupo. Y es también lo que nos impulsa a ir más allá.

«Cada noche tenemos que irnos a la cama pensando: ¿a quién he ayudado hoy, a quién le he alegrado la vida?» Para Jaume Sanllorente, fundador de la ONG Sonrisas de Bombay y ponente de Lo Que De Verdad Importa, pensar en los demás no es una pose, no es marketing, no es un acto aislado, o mecánico; es una actitud diaria, constante, coherente, sincera; es algo profundo, que sale de dentro, y que está siempre ahí. Hablamos del plano personal, y también del empresarial. Es uno de los valores que mejor definió a Francisco Riberas. Y por eso, la acción social es otra de las grandes prioridades de la compañía, hoy como ayer. El ejemplo de generosidad y entrega a los demás del fundador ha

As we have pointed out previously, one of Gonvarri's greatest concerns has been the safety of the people who work at the company, their physical integrity. It is not just a question of complying with an imposed rule or a European directive, it is something that comes from deep down, that the company has internalized in such a way that Gonvarri cannot be understood without that commitment. And with the involvement of all its departments, all its managers and all its employees and collaborators. It cannot be any other way. This is what has made the Group an ethical benchmark, guided by the founding principles defined by Francisco Riberas and reflected in the Group's Code of Ethics and Conduct. And it is also what drives us to go further.

"Every night we must go to bed thinking: who have I helped today, who have I made happy?" For Jaume Sanllorente, founder of the NGO Smiles of Bombay and a conference speaker of What Really Matters, thinking about others is not a pose, it is not marketing, it is not an isolated or mechanical act; it is a daily attitude, constant, coherent, sincere; it is something deep, that comes from within, and that is always there. We are talking about the personal level, and also the business level. It is one of the values that best defined Francisco Riberas. And that is why social action is another of the company's major priorities, today as it was yesterday. The



calado hondo en sus sucesores, como no podía ser de otra manera. El fundador, de manera personal y discreta, sin un 'no' para nadie, ya fuera empleado, amigo, colega o familiar. Y sus sucesores, de una manera más corporativa, más institucionalizada, pero igualmente sincera y honesta. Ni con Francisco Riberas, ni con Paco y Jon, la empresa ha estado aislada de cuanto la rodea; muy al contrario, padre e hijos han sido siempre conscientes del lugar que ocupan en la sociedad y está en su ADN cuidar, no solo a su gente, también a su entorno, a la naturaleza y a la sociedad.

Son parte de los valores que han definido desde siempre a la compañía y que hoy, igual que hace más de sesenta años, guían la Responsabilidad Social Corporativa de Gonvarri. Sobre esos valores se desarrollan los principios corporativos y se cimienta también su actividad social, su compromiso permanente con la sociedad: la colaboración con la Fundación Lo Que De Verdad Importa, para

founder's example of generosity and dedication to others has had a profound effect on his successors, as could not be otherwise. The founder, in a personal and discreet way, never saying 'no' to anyone, whether he was an employee, friend, colleague or family member. And his successors, in a more corporate, more institutionalized way, but equally sincere and honest. Neither with Francisco Riberas nor with Paco and Jon has the company been isolated from its surroundings; on the contrary, father and sons have always been aware of their place in society and it is in their DNA to take care, not only of their people, but also of their surroundings, nature and society.

This is part of the values that have always defined the company and that today, and more than sixty years ago, guide Gonvarri's Corporate Social Responsibility. These values are the basis of Gonvarri's corporate principles and also the foundation of its social activity and its undying



promover la difusión de valores universales entre los jóvenes; el apoyo a la Fundación Juan XXIII, que impulsa la integración social y laboral de las personas con discapacidad intelectual; la colaboración con AESLEME, cuyo fin es la prevención de accidentes y sus graves consecuencias; o la contribución al proyecto World Central Kitchen, que realiza una magnífica labor sirviendo comida en lugares que han sufrido catástrofes humanitarias, como Haití. Además de otras iniciativas solidarias que han nacido en las propias plantas.

El Grupo es también socio, desde 2013, del Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact). Se trata de la mayor iniciativa voluntaria de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el mundo, que cuenta actualmente con más de trece mil entidades firmantes en 145 países. Su misión es promover la Responsabilidad Social Empresarial en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción, ayudando a las empresas a

commitment to society: Collaboration with the Foundation Lo Que De Verdad Importa (What Really Matters), to promote the dissemination of universal values among young people; support for the John XXIII Foundation, which promotes the social and occupational integration of people with intellectual disabilities; collaboration with AESLEME, whose aim is to prevent accidents and their serious consequences; and contribution to the World Central Kitchen project, which does magnificent work in serving food in areas suffering from humanitarian disasters, such as Haiti. In addition to other solidarity initiatives that have originated in the company plants.

The Group has also been a partner of the United Nations Global Compact since 2013. This is the largest voluntary corporate social responsibility initiative in the world, which currently has more than thirteen thousand signatories in 145 countries. Its mission is to promote corporate social responsibility (CSR) in the areas of Human

implementar modelos de negocio y desarrollo sostenible. Entre otros principios, promueve el empoderamiento de las mujeres, la protección de la infancia, el cuidado del planeta (cambio climático), la inversión responsable o el impulso de negocios para la paz.

El fin último de la aplicación de los principios corporativos no es otro que aportar valor a la sociedad. A través de la creación de empleo, de la seguridad vial (como en el caso de Emotional Driving), de la influencia constructiva en las personas y en los modelos de gestión, de la protección del planeta, de la contribución al progreso de la Humanidad. Una constante responsabilidad de la compañía con la sociedad que tiene mucho que ver con el ejemplo del fundador, y que desde hace ya unos años se está ejercitando de una manera más organizada, más coherente y más eficiente. Para las personas que formamos parte de Gonvarri no solo es una cuestión de responsabilidad corporativa, es un convencimiento moral.

Son quizá estos valores y principios, estas acciones en beneficio de causas tan necesarias, fomentando el progreso y la igualdad, lo que hace sentir más orgullosos a los empleados de pertenecer a Gonvarri. El saber que para la empresa, y para todos ellos, lo que de verdad importa son las personas. Y tener la certeza de que toda actividad, toda acción, proyecto o colaboración se realiza en conciencia. Como sentencia el personaje de Gary Cooper en *La gran prueba* (William Wyler, 1956): «La vida de un hombre no vale nada si no vive de acuerdo con su conciencia». Y la vida de una empresa tampoco.

Rights and Business, Labor Standards, Environment and Anti-Corruption, helping companies implement business models and sustainable development. Among other principles, it promotes the empowerment of women, the protection of children, care for the planet (climate change), responsible investment and the promotion of business for peace.

The ultimate goal of the application of corporate principles is none other than to contribute value to society. Through the creation of jobs, road safety (as in the case of Emotional Driving), constructive influence on people and management models, protection of the planet, contribution to Humanity's progress. A constant responsibility of the company with society that has much to do with the example of the founder, and which for some years now has been exercised in a more organized, more coherent and more efficient way. For those of us who are part of Gonvarri, it is not only a question of corporate responsibility, it is a moral conviction.

It is perhaps these values and principles, these actions for the benefit of much-needed causes, promoting progress and equality, that make employees feel most proud to belong to Gonvarri. The knowledge that for the company, and for all of them, what really matters is people. And the certainty that every activity, every action, every project or collaboration is carried out in conscience. As Gary Cooper's character in *Friendly Persuasion* (William Wyler, 1956) states: "A man's life is worth nothing if he does not live in accordance with his conscience". And neither is the life of a company.

ir al **índice**  
go to **index**





## GONVARRI Y LA SOSTENIBILIDAD GONVARRI AND SUSTAINABILITY

En Gonvarri entendemos la Sostenibilidad como un modelo de gestión responsable y un compromiso de ética, transparencia, justicia y colaboración con nuestros grupos de interés: empleados, conductores jóvenes, transportistas, personas con capacidades diferentes...

*At Gonvarri we understand sustainability as a model for responsible management and a commitment to ethics, transparency, justice and collaboration with our stakeholders: employees, young drivers, transporters, people with different capacities...*

### Valor clave en la cultura de la compañía An essential value in the company's culture

La sostenibilidad es un elemento clave en la cultura de la compañía. Ya desde sus inicios, Gonvarri trabaja para crecer como una empresa sólida y responsable, donde la cultura corporativa global conserva los mismos valores —Honestidad, Humildad, Tesón y Trabajo— que marcó su fundador. Junto a ellos, la sostenibilidad se integra como un aspecto clave en todos los países en los que está presente, convirtiéndose en una vía para cumplir con su misión y dar respuesta a las expectativas de sus grupos de interés, empezando por los propios empleados de la compañía y sus familias y continuando por el resto de la sociedad, con especial énfasis en los

Sustainability is an essential element in the company's culture. From the very beginning, Gonvarri has worked to grow as a solid and responsible company, where the global corporate culture preserves the same values -Honesty, Humility, Perseverance and Work- that its founder set forth. Along with them, sustainability is integrated as a key aspect in all the countries where Gonvarri is present, becoming a pathway to the fulfillment of the company's mission and to face the expectations of its stakeholders. The practice starts with the company's own employees and their families and includes the rest of society, with special



Drive, Modelo de Gestión de Gonvarri  
Drive, Gonvarri Management Model

conductores más jóvenes, en los transportistas, en las personas con capacidades diferentes y en los niños como eficaz instrumento para concienciar a sus padres para que conduzcan de manera segura.

Este compromiso se plasma en la Política de Sostenibilidad, aprobada por el Consejo de Administración de Gonvarri Industries en 2016, donde se refleja el compromiso común para todos los empleados y colaboradores en todos los países en los que la compañía está presente. Una estrategia que responde a un modelo de gestión responsable y un compromiso de ética, transparencia y justicia, de modo que todas sus actuaciones siguen las pautas establecidas en

emphasis on younger drivers, transporters, people with intellectual disabilities and children, and is an effective way to raise their parents' awareness of the importance of driving safely.

This commitment is embodied in the Sustainability Policy, passed by Gonvarri Industries' Board of Directors in 2016, which reflects the common commitment of all employees and collaborators in all countries where the company is present. It is a strategy that responds to a responsible management model and a commitment to ethics, transparency and justice, so that all its actions follow the guidelines established in its Code of Ethics and Conduct, which must be complied with. As could

su Código Ético y de Conducta, de obligado cumplimiento. Como no podía ser de otra manera, el Código se aplica transversalmente a la totalidad de directivos y empleados de la compañía, y también a sus colaboradores, conjuntamente con las políticas y normas internas de cumplimiento. El funcionamiento de este modelo es simple y eficaz: el Canal Ético permite recoger todas las consultas, aclaraciones y denuncias internas y externas que pudieran surgir y darles debida respuesta a través del Comité de Cumplimiento, mejorando así la transparencia y minimizando los riesgos derivados de malas prácticas.

Además, la hoja de ruta de Gonvarri en materia de sostenibilidad integra las pautas y principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, enfocado a los objetivos 3, 9, 11, 17, y de manera muy particular a la meta 3.6, que establece la necesidad de reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en todo el mundo. Para alcanzar este compromiso, Gonvarri ha establecido sólidas alianzas con empresas, organizaciones y fundaciones con las que ha desarrollado diversos proyectos, especialmente en materia de prevención y seguridad vial, que se dirigen a los distintos públicos a través del programa Emotional Driving.

Por último, ya desde 2013 Gonvarri hace público cada año su compromiso con la sostenibilidad, por medio de la Memoria de Sostenibilidad, en la que se recogen los principales hitos e iniciativas llevadas a cabo anualmente por la compañía en muy diversos ámbitos.

not be otherwise, the Code is applied across the board to all managers and employees of the company, and also to its collaborators, along with the internal policies and rules of compliance. The operation of this model is simple and effective: the Ethical Channel allows for the collection of all queries, clarifications and internal and external complaints that may arise and provides due response to them through the Compliance Committee, thus improving transparency and minimizing the risks derived from bad practices.

In addition, Gonvarri's roadmap for sustainability integrates the guidelines and principles of the United Nations Global Compact and its commitment to the Sustainable Development Goals, focusing on goals 3, 9, 11, 17, and in particular target 3.6, which establishes the need to reduce by half the number of deaths and injuries caused by traffic accidents worldwide. To achieve this commitment, Gonvarri has established solid alliances with companies, organizations and foundations with which it has developed various projects, especially in the area of prevention and road safety, which are aimed at different audiences through the Emotional Driving program.

Finally, since 2013, Gonvarri has made public each year its commitment to sustainability through its Sustainability Report, which contains the most important milestones and initiatives carried out annually by the company in a wide range of areas.

# Objetivos de Desarrollo Sostenible

## Sustainable Development Goals

En los últimos años hemos asistido a un cambio global en la forma de pensar y actuar de gobiernos, empresas y sociedad civil, un nuevo marco en el que el desarrollo sostenible cobra cada día más relevancia, más urgencia y un mayor grado de compromiso. Un proceso liderado por Naciones Unidas, en el que el Pacto Mundial se posiciona como la iniciativa global más importante para la sostenibilidad del sector privado. Y que en 2015 estableció los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), teniendo como meta la Agenda 2030 para alcanzar este cambio.

En este contexto, Gonvarri ha marcado su propia hoja de ruta hacia la sostenibilidad, alineando sus objetivos estratégicos con las directrices y compromisos de Naciones Unidas. Desde el año 2013 la compañía está adherida al Pacto Mundial y, por tanto, a su compromiso con la difusión y cumplimiento de los 10 Principios Universales que lo conforman. Asimismo, integra estos Principios y las directrices derivadas de los Principios Rectores de Empresa en sus actuaciones a través de su Política de Sostenibilidad y marco ético de cumplimiento.

Tras la aprobación por parte de Naciones Unidas de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas globalmente acordadas, se establece una nueva agenda de desarrollo sostenible, un conjunto de objetivos para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todas las personas en todos los países.

In recent years we have seen a global change in the way governments, businesses and civil society think and act, a new framework in which sustainable development is becoming increasingly important, more urgent and more committed. This process has been led by the United Nations, in which the Global Compact is positioned as the most important global initiative for private sector sustainability. And which in 2015 established the Sustainable Development Goals (SDG), with the Agenda 2030 as the target to achieve this change.

In this context, Gonvarri has set its own roadmap towards sustainability, aligning its strategic goals with the guidelines and commitments of the United Nations. Since 2013, the company has adhered to the Global Compact and, therefore, to its commitment to the dissemination and fulfilment of the 10 Universal Principles that make up the Compact. Likewise, it integrates these Principles and the guidelines derived from the Guiding Company Principles in its actions through its Sustainability Policy and ethical framework of compliance.

Following the approval by the United Nations of the 17 Sustainable Development Goals and the 169 globally agreed targets, a new sustainable development agenda has been established, a set of goals to eradicate poverty, protect the planet and ensure prosperity for all people in all countries.

En particular, para Gonvarri, estos Objetivos constituyen un impulso tan necesario como urgente, un ejemplar modelo de colaboración entre las empresas, los gobiernos y la sociedad civil, y una oportunidad de crecimiento y mejora del negocio. Tres razones de peso para unirnos plenamente a esta causa, integrando los ODS en la estrategia de la compañía y dirigiendo los mayores esfuerzos hacia aquellos objetivos y metas más íntimamente relacionados con nuestra actividad. Lo que se traduce en una total coherencia en los múltiples proyectos y acciones de responsabilidad social que realiza Gonvarri cada año.

Como parte de una empresa concienciada y comprometida, en Gonvarri estamos convencidos de que el éxito a largo plazo implica crecer y desarrollarse en un entorno más sostenible, ofreciendo valor más allá de los beneficios económicos, compartiendo valores, minimizando los riesgos, siendo más eficientes y contribuyendo al desarrollo local. No son solo palabras, una mera declaración de intenciones. Son hechos. Hasta el punto de que la compañía ha situado los ODS en el epicentro mismo de su estrategia. Poniendo sus mayores esfuerzos en aquellas metas relacionadas directa o indirectamente con el sector de automoción, la seguridad vial y la protección del medio ambiente, que son las causas sobre las que podemos ejercer una influencia más positiva y alcanzar un impacto transformador.

In Gonvarri's view, the adoption of these Goals is a much needed and urgent step, and constitutes an exemplary model of collaboration between companies, governments and civil society, and an opportunity for business growth and improvement. These are three compelling reasons for us to fully join this cause, integrating the SDG into the company's strategy and directing our greatest efforts towards those objectives and goals most closely related to our activity. This translates into total coherence in the multiple projects and social responsibility actions that Gonvarri carries out each year.

As part of a conscientious and committed company, at Gonvarri we are convinced that long-term success implies growing and developing in a more sustainable environment, offering value beyond economic profits, sharing values, minimizing risks, being more efficient and contributing to local development. These are not just words, a mere declaration of intent. They are facts. To the extent that the company has placed SDG at the very epicenter of its strategy, by focusing its greatest efforts on achieving those goals directly or indirectly related to the automotive sector, road safety and environmental protection, which are the areas where we can exert a more positive influence and achieve a transformational impact.

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



## Objetivo 3 Salud y bienestar



## Goal 3 Good health and well-being

Nuestro objetivo con la salud y el bienestar se centra en la meta 3.6, que señala la necesidad de reducir a la mitad el número global de muertes y lesiones producidas por accidentes de tráfico, con la mirada puesta en 2020.

En Gonvarri, entendemos que esto nos afecta desde una doble vertiente:

- Por un lado, somos una empresa líder mundial en el sector auxiliar del automóvil y en la fabricación de sistemas de contención de vehículos para carreteras que contribuyen a minimizar el impacto de los accidentes de tráfico.
- Por otro, entre nuestro personal se producen a nivel mundial más de 10 millones de desplazamientos al año, la mayor parte en coche.

Our goal with health and well-being focuses on target 3.6, which points to the need to halve the global number of road deaths and injuries, with a view to 2020.

At Gonvarri, we understand that this affects us from a double perspective:

- On the one hand, we are a world leader in the automotive auxiliary sector and in the manufacture of vehicle containment systems for roads that help to minimize the impact of road accidents.
- On the other hand, more than 10 million trips are made by our staff worldwide every year, most of them by car.



Ello se traduce en que, como agentes plenamente implicados en el sector vial, nos sentimos responsables de reforzar en la medida de nuestras posibilidades la seguridad y salud de las personas en el momento de la conducción, y con especial dedicación a las víctimas de accidentes de tráfico.

Esta es la razón de ser de Emotional Driving, un programa concebido por y para los empleados (que luego se ha extendido a toda la sociedad), donde ellos son los protagonistas absolutos, porque su seguridad y la de sus familias es para nosotros un asunto clave y prioritario. A través de mensajes positivos y testimonios impactantes, Emotional Driving aúna lo racional y lo emocional, lo formativo y lo experiencial, y consigue concienciar y motivar hacia una conducción responsable.

This means that, as agents fully involved in the road sector, we feel responsible for strengthening, to the best of our ability, the health and safety of drivers, and with special dedication to the victims of road accidents.

This is the *raison d'être* of Emotional Driving, a program conceived by and for employees (which has since been extended to the whole of society), where they are the absolute protagonists, because their safety and that of their families is a key issue for us and a priority. Through positive messages and powerful testimonies, Emotional Driving brings together the rational and the emotional, the formative and the experiential, and manages to raise awareness and motivate people to drive responsibly.



## Objetivo 9. Industria, innovación e infraestructura

El ODS 9 está orientado a facilitar infraestructuras sostenibles, resilientes y de calidad para todas las personas, en todo el mundo; promover una nueva industria bajo criterios de sostenibilidad, impulsando la innovación y el uso de tecnologías con menor impacto ambiental.

En Gonvarri sabemos perfectamente lo que significa y lo que implica: la inversión en infraestructuras, seguridad e innovación, así como los avances tecnológicos y la digitalización de los activos, son fundamentales para el desarrollo de vehículos más fiables y ligeros así como para alcanzar soluciones eficientes que mejoren la seguridad en las carreteras, y que favorezcan tanto a la sociedad como al medio ambiente. La innovación al servicio de la vida.



## Goal 9. Industry, innovation and infrastructure

SDG 9 is aimed at providing sustainable, resilient and quality infrastructure for all people, worldwide; promoting a new industry under sustainability criteria, encouraging innovation and the use of technologies with less environmental impact.

At Gonvarri, we know perfectly well what this means and what it implies: investment in infrastructure, safety and innovation, as well as technological advances and the digitalization of assets, are fundamental to the development of more reliable and lighter vehicles, as well as for achieving efficient solutions that improve road safety, and which benefit both society and the environment. Innovation at the service of life.



Gonvarri fabrica productos para el equipamiento vial / Gonvarri manufactures products for road safety equipment



## Objetivo 11. Ciudades y comunidades sostenibles

La proliferación de megaurbes —y sus correspondientes megabarrios marginales—, especialmente en el mundo desarrollado, exige nuevas soluciones con urgencia. El ODS 11 avanza hacia ciudades más seguras, sostenibles e inclusivas; y, más concretamente, en la meta 11.2 aboga por proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y por mejorar la seguridad vial.

Una línea de actuación en la que el proyecto Emotional Driving se integra a la perfección, desde su compromiso con la sensibilización en pos de una conducción más segura, responsable y sostenible, que minimice el riesgo de accidente en los distintos grupos de interés a los que dirige su mensaje: niños, jóvenes, empleados, transportistas, personas con capacidades diferentes y sociedad en general. Y teniendo en cuenta también los nuevos medios de movilidad personal que han proliferado estos últimos años en nuestras ciudades (bicicletas, patinetes, coches compartidos...), que implican nuevos riesgos para conductores y peatones.



## Goal 11. Sustainable cities and communities

The proliferation of mega-cities - and their corresponding mega-slums - especially in the developed world, urgently requires new solutions. SDG 11 moves towards safer, more sustainable and inclusive cities; and, more specifically, in target 11.2 it calls for providing access to safe, affordable, accessible and sustainable transport systems for all and for improving road safety.

This is a line of action in which the Emotional Driving project is perfectly integrated, through its commitment to raising awareness in favor of safer, more responsible and sustainable driving, which minimizes the risk of accidents in the different interest groups to which its message is addressed: children, young people, employees, transporters, people with different abilities and society in general. And also taking into account the new means of personal mobility that have proliferated in recent years in our cities (bicycles, scooters, carpooling...), which imply new risks for drivers and pedestrians.



## Objetivo 17 Alianzas para lograr los objetivos

Siguiendo la directriz de Naciones Unidas, en Gonvarri creemos firmemente que las alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil son imprescindibles para alcanzar con éxito la Agenda 2030. Alianzas inclusivas, con una visión y metas compartidas. Capaces de coordinar los distintos esfuerzos en una misma dirección y lograr un efecto multiplicador que llegue a más gente de una manera más precisa y eficaz.

En el caso particular de Gonvarri, relaciones sólidas, duraderas y profundas, construidas sobre principios y valores, con socios estratégicos que le permiten compartir el conocimiento en el ámbito de la seguridad vial y llegar a entornos especialmente sensibles de nuestra sociedad. Aliados entre los que se encuentran ayuntamientos, empresas privadas, entidades y organizaciones que suman esfuerzos para multiplicar resultados, en la búsqueda de un objetivo común: reducir los accidentes en carretera y, en caso de producirse, minimizar los daños.



## Goal 17 Partnerships for the goals

Following the guidelines of the United Nations, we at Gonvarri firmly believe that partnerships between governments, the private sector and civil society are essential to successfully achieve Agenda 2030. Inclusive alliances, with a shared vision and shared goals. Ones that are capable of coordinating different efforts in the same direction and achieving a multiplier effect that reaches more people in a more precise and effective manner.

In the particular case of Gonvarri, this means solid, long-lasting and deep relationships, built on principles and values, with strategic partners that allow it to share knowledge in the field of road safety and to reach especially sensitive areas in our society. These partners include town councils, private companies, entities and organizations that join forces to multiply results, in the search for a common goal: to reduce road accidents and, if they occur, to minimize their damage.



ir al **índice**  
go to **index**





The background of the image is a photograph of the interior of a car. The dashboard and center console are covered with numerous small, colorful sticky notes in various shades of yellow, orange, red, and green. This visual metaphor represents the concept of 'Emotional Driving' as a collection of personal experiences and memories.

# **Emotional Driving**

## **2015 - 2020**



## EMOTIONAL DRIVING. CINCO AÑOS EN LA CARRETERA EMOTIONAL DRIVING. FIVE YEARS ON THE ROAD

Emotional Driving vio la luz hace cinco años como un proyecto innovador que anima a los ciudadanos a conducir de forma segura a través de mensajes positivos y motivadores. Apelando a las emociones y a los sentimientos; formando, informando y concienciando; e invitándonos a todos a reflexionar sobre un problema que es responsabilidad de todos. A lo largo de estos cinco años, Emotional Driving ha calado hondo en miles de personas, en España y en otros países, y ha conseguido resultados espectaculares. Resultados que han contribuido a salvar vidas en la carretera. Eso es lo más importante. Lo único importante.

*Emotional Driving was born five years ago as an innovative project that urges citizens to drive safely through positive and motivating messages. It appeals to emotions and feelings; training, informing and raising awareness; and invites us all to reflect on a problem that is everyone's responsibility. Over the course of these five years, Emotional Driving has had a profound effect on thousands of people, in Spain and other countries, and has achieved spectacular results. Results that have contributed to saving lives. That is the most important thing. The only important thing.*

## La seguridad vial. Un problema de salud pública Road safety. A public health problem

La seguridad vial es una verdad incómoda a la que no siempre queremos enfrentarnos. No siempre somos conscientes de nuestro propio comportamiento cuando utilizamos el coche en nuestro día a día. No pensamos que cualquier error, cualquier imprudencia pueden tener consecuencias, porque no estamos solos en la carretera, ni en las calles de nuestras ciudades.

Road safety is an uncomfortable subject that we do not always want to broach. We are not always aware of our own behavior when we drive a car, in our everyday life. We do not think that any mistake, any act of recklessness, can have consequences, because we are not alone on the road, nor on the streets of our cities. And strangest of all, despite the amount of time we



Y lo más curioso, a pesar de la cantidad de tiempo que pasamos al volante, es que nos creemos invulnerables; nunca pensamos que nosotros podemos sufrir un accidente; eso es algo que les pasa a los demás, siempre les toca a otros.

Parece que estamos ante algo que no nos preocupa. Nos limitamos a disfrutar de la conducción sin apenas detenernos a pensar en la responsabilidad que supone para nosotros y para los demás. Llegar antes sí nos preocupa, aunque estemos cansados; atender el WhatsApp al volante, eso sí que es prioritario. Pero no nos detenemos a pensar que los teléfonos pueden distraernos mientras conducimos; que los accidentes de tráfico causados por distracciones debidas al uso irresponsable del móvil están creciendo vertiginosamente, escandalosamente. No vemos el peligro, porque estamos mirando la pantalla ("Si miras el teléfono de vez en cuando, solo miras la carretera de vez en cuando", como alerta la acertada campaña de la DGT).

spend behind the wheel, we think we are invulnerable, we never think that we will have an accident; it is something that happens to others, it always affects others.

It is not a subject that concerns us. We just enjoy driving and hardly ever stop to consider the responsibility it entails, for us and for others. Arriving at our destination as soon as possible, yes, that does concern us, even if we are tired; checking and responding to the WhatsApp message while still behind the wheel, that is a priority. But we do not take into account the fact that mobile phones distract us while driving, that traffic accidents caused by an irresponsible use of mobile phones are rising steeply, scandalously so. We do not see the danger, because we are looking at the screen ("If you look at the mobile phone once in a while, you only look at the phone once in a while", as the successful DGT campaign warns).



Pero la realidad está ahí. La cruda, la terrible realidad. Y nos dice (en cifras de la OMS) que cada año mueren en el mundo cerca de un millón trescientas mil personas en accidentes de tráfico. Es como si un Boeing 787 Dreamliner se estrellara cada dos horas. El equivalente a 5.200 accidentes aéreos al año. ¿Podemos imaginar cómo reaccionaría nuestra sociedad ante un problema tan descomunal? Sería demoledor. Pero a esta realidad dramática aún hay que sumar una cifra tan preocupante como la de las muertes, que afecta a muchos millones de personas más: la de las familias de las víctimas, y las personas que no mueren en esos accidentes, pero sufren serias secuelas, físicas o psicológicas. La OMS calcula que esta cifra puede oscilar entre veinte y cincuenta millones de personas. Casi tanto como la población de España. Una cifra que nos grita que sí, que estamos ante un grave problema de salud pública. Una epidemia que causa muchas muertes y afecta a millones de personas en todo el planeta.

But the reality is there before us. The raw, terrible reality. And it tells us (in WHO figures) that every year nearly 1.3 million people in the world die in road accidents. That is like a Boeing 787 Dreamliner crashing every two hours. The equivalent of 5,200 airplane accidents a year. Can we imagine how our society would react to such a huge problem? It would be devastating, overwhelming. But to this dramatic reality we must still add a number as equally disturbing as the deaths, which affect many millions more people: the families of the victims, and the people who do not die in these accidents but suffer serious physical or psychological consequences. The WHO estimates that this figure may range from twenty to fifty million people. Almost as many as the entire population of Spain. A figure that cries out to us that yes, we are facing a serious public health problem. An epidemic that causes many, many deaths and affects millions of people around the planet.

## Un proyecto pionero

La buena noticia es que esta epidemia tiene vacuna. Que se pueden evitar muchas de esas muertes y lesiones. Que se puede reducir el número de víctimas a cifras hasta ahora impensables. El Objetivo Cero de Naciones Unidas. ¿Posible? Sí. Pero hay que actuar. En todos los países y desde todos los ámbitos: gobiernos, empresas, instituciones, organizaciones sin ánimo de lucro, sociedad civil, individuos. Abrocharse el cinturón y emprender el camino con convicción, con inteligencia y con conciencia.

En Gonvarri ya tenemos mucho camino recorrido. Somos muy conscientes de esta realidad aplastante y la preocupación por la seguridad vial es algo que nos concierne desde siempre, como empresa y como personas. Como empresa, porque es parte esencial de nuestra actividad empresarial; y como personas, porque el 78% de nuestros trabajadores emplea el automóvil en al menos dos trayectos diarios para acudir a su lugar de trabajo. Dos razones de peso que hace cinco años nos impulsaron a asumir, de una forma contundente, la necesidad de fomentar la seguridad vial entre nuestra gente, desarrollar un programa de sensibilización sobre conducción segura, incidiendo de manera prioritaria en la prevención.

Así nació Emotional Driving en diciembre de 2014. Un concepto pionero que aboga por una conducción responsable desde un nuevo enfoque. A diferencia de las habituales campañas de seguridad vial, que abusan de los mensajes dramáticos, terribles y negativos, el programa de Gonvarri nos habla desde las emociones, recuerda los valores éticos universales y lanza

## A pioneering project

The good news is that this epidemic has a vaccine. That many of these deaths and injuries are preventable. That the number of victims can be reduced to numbers previously unthinkable. The UN's Goal Zero. Possible? Yes. But action must be taken. In all countries and from all walks of life: governments, businesses, institutions, non-profit organizations, civil society, individuals. Fasten your seat belt and set out on the road with conviction, intelligence and conscience.

At Gonvarri we have already come a long way. We are well aware of this overwhelming reality and concern for road safety has always been a concern for us, as a company and as individuals. As a company, because it is an essential part of our business activity; and as people, because 78% of our workers use their cars for at least two journeys a day to get to work. Two important reasons that five years ago led us to take on board, in a decisive manner, the need to promote road safety among our people, to develop an awareness program on safe driving, with priority given to prevention.

Thus, Emotional Driving was born in December 2014. A pioneering concept that advocates responsible driving from a new approach. Unlike the usual road safety campaigns, which abuse dramatic, terrible and negative messages, Gonvarri's program speaks to us from the perspective of emotions, reminds us of universal ethical values and launches positive messages, reinforcing our beliefs and forcing us to reflect. Always from the point of view of optimism. Emphasizing what motivates us to drive

mensajes positivos, refuerza nuestras creencias y nos obliga a reflexionar. Siempre desde el optimismo. Recalcando lo que nos motiva para conducir de manera responsable. Invitándonos a compartir nuestras motivaciones y reflexiones con los demás, extendiendo así el mensaje a todo nuestro entorno y creando una cadena de valores positivos que se multiplica exponencialmente. Para que todos tomemos conciencia de que lo importante es volver a casa.

Una causa necesaria, comprometida y coherente, alineada con la propia actividad de Gonvarri. Algo que constituyó un punto de partida ventajoso, sin duda, porque no empezamos de cero. La empresa aprovechó la experiencia acumulada durante décadas a la hora de poner en marcha este proyecto. El reto, más allá de nuestra actividad en materia de innovación y seguridad para vehículos y carreteras, era llegar a las personas. Concienciar a los conductores de la necesidad de conducir con

responsibly. Inviting us to share our motivations and reflections with others, thus extending the message to our entire environment and creating a chain of positive values that multiplies exponentially. So that we all become aware that the important thing is to arrive home safely.

This is a necessary and coherent cause, aligned with Gonvarri's own activity. And it was something that unquestionably constituted an advantageous starting point, because we did not start from scratch. The company made the most of the experience it accumulated over decades when it set up this project. The challenge, beyond our activity in terms of innovation and safety for vehicles and roads, was to reach people. To make drivers aware of the need to drive with caution and responsibility. With this objective in mind,



prudencia y responsabilidad. Con este objetivo en mente, Emotional Driving comenzó su andadura como un programa inicialmente interno, dirigido a los empleados de la compañía repartidos por todo el mundo. Tras el éxito de participación, resultados y reconocimientos de las primeras acciones, el programa pronto traspasó las fronteras de Gonvarri y se extendió al conjunto de la sociedad, con idénticos efectos.

El problema no es menor. Y afecta a la compañía de manera directa. Al analizar los datos sobre la relación entre la conducción y el trabajo, quedó patente que esta labor de concienciación era esencial para velar por la seguridad de los trabajadores de Gonvarri, que son una prioridad para la compañía. La Dirección General de Tráfico nos advierte que en España cada año se producen 700 muertes por accidentes laborales; y de estas, 150 están relacionadas con el tráfico. Podemos pensar que este porcentaje se refiere a los profesionales de la conducción, o a aquellas personas que tienen en el coche su lugar de trabajo habitual, pero la realidad es bien distinta. De hecho, estas muertes por accidente afectan en mayor medida a los desplazamientos *in itinere* (de casa al trabajo y viceversa), que a los desplazamientos *in misión* (mientras realizan su actividad laboral); es decir, mueren más personas al ir o volver del trabajo, que mientras trabajan.

En este contexto, Gonvarri disponía también de datos de movilidad y transporte que definían los comportamientos de los trabajadores que componen su plantilla. Una familia de 50.000 personas que realiza más de diez millones de desplazamientos cada año, la mayoría de ellos en

Emotional Driving began initially as an internal program, aimed at the company's employees around the world. After the success of the participation, results and recognition of these initial actions, the program soon spread beyond the walls of Gonvarri and was extended to the whole of society, with identical effects.

The problem is not a small one. And it is one that affects the company directly. By analyzing the data on the relationship between driving and work, it became clear that this awareness raising task was essential to ensure the safety of Gonvarri's workers, who are a priority for the company. The Department of Motor Vehicle Traffic warns us that every year in Spain 700 fatal work accidents occur; and of these, 150 deaths are related to motor vehicle traffic. We may think that this percentage refers to driving professionals, or to those people whose place of work is in cars, but the reality is quite different. In fact, these deaths affect more people who commute (from home to work and vice versa) than those who travel for work (while carrying out their work); in other words, more people die on their way to or from work than while working.

In this context, Gonvarri also possessed mobility and transport data that defined the behavior of the workers that make up its staff. A family of 40,000 people who make more than ten million trips each year, most of them by car. In addition, it was estimated that nearly 80% of them used their car at least twice a day to get to work. In other words, most of



coche. Además, se calculó que cerca del 80% usaba el coche al menos dos veces al día para ir a su lugar de trabajo. Es decir, que la mayor parte de los empleados de Gonvarri están expuestos diariamente a sufrir un accidente de tráfico. Este dato, y la consiguiente reflexión, exigían inevitablemente una respuesta activa por parte de la empresa. La creación de un programa de concienciación y prevención sobre conducción segura; una acción participativa basada no en el miedo, sino en la responsabilidad, en el respeto, en la formación y en la sensibilización.

Gonvarri's employees are exposed to traffic accidents on a daily basis. This fact, and the consequent reflection, inevitably demanded an active response from the company: the creation of an awareness raising and prevention program on safe driving; a participatory action based not on fear but on responsibility, respect, training and greater awareness.

## Un programa para todos los conductores

Entre 2015 y 2016, el programa Emotional Driving se centró en los trabajadores de Gonvarri. De la primera experiencia en las instalaciones de Madrid, muy pronto se dio el salto a todas las fábricas de España y acto seguido a otros países, tanto en Europa como en América. La clave de esta rápida expansión por todo el mundo fue la enorme aceptación y la implicación sin fisuras de los trabajadores de la empresa, que se comprometieron con el proyecto de forma casi unánime desde el primer momento. Y además con gran entusiasmo.

Los datos de participación confirman algo fundamental para el proyecto y que se ha convertido en uno de los valores añadidos de Emotional Driving: la respuesta de los trabajadores de Gonvarri. Tras participar en el programa, e incluso antes, todos ellos tomaron conciencia de la importancia de una conducción responsable (objetivo del proyecto) pero, además, su entusiasmo y su implicación activa como representantes del programa dejaron entrever que era un proyecto destinado a cruzar las fronteras de la empresa y expandirse por toda la sociedad. Queríamos llevar la iniciativa más allá, plasmar nuestra filosofía de prevención y seguridad fuera de las plantas y de la empresa, hacerla realidad en el día a día de todos los ciudadanos. Así, a partir del año 2016 el programa empezó a proyectarse en distintos ámbitos, proceso en el que ha sido fundamental el papel de los empleados de Gonvarri. Ellos han sido los verdaderos embajadores del proyecto, los altavoces que

## A program for all drivers

Between 2015 and 2016, the Emotional Driving program focused on Gonvarri's workers. From the first experience at the Madrid facilities, the leap was soon made to all the factories in Spain and then to other countries, both in Europe and America. The key to this rapid expansion throughout the world was the enormous acceptance and united involvement of the company's workers, who committed themselves to the project almost unanimously from the outset. And with great enthusiasm, too.

The participation rate confirms something that is fundamental to the project and which has become one of the added values of Emotional Driving: the response of Gonvarri's workers. After participating in the program, and even before, all of them became aware of the importance of responsible driving (the goal of the project) but, in addition, their enthusiasm and active involvement as representatives of the program demonstrated that it was a project destined to spread beyond the limits of the company and expand throughout society. We wanted to take the initiative further, to embody our philosophy of prevention and safety outside the plants and the company, to make it a reality in the daily lives of all citizens. Thus, from 2016 onwards, the program began to be projected in different areas, a process in which the role of Gonvarri's employees has been fundamental. They have been the true ambassadors of the project, the spokespeople who have conveyed the message to their families, their friends, and their closest surroundings. And from there, to society in general.



han hecho llegar el mensaje a sus familiares, a sus amigos, a su entorno más cercano. Y desde ahí, a la sociedad en general.

Gonvarri ha puesto los medios —realizando un gran esfuerzo de inversión y creatividad— y ellos se han encargado de darles vida, de viralizarlos. Por ejemplo, los vídeos testimoniales y motivacionales que circulan por las redes sociales. O la webserie que recoge el testimonio de conductores —empleados de la compañía y personal de entidades colaboradoras como AESLEME— que han sufrido un accidente en primera persona y han sabido salir adelante con una actitud tan positiva como contagiosa. También campañas puntuales para las épocas del año en que aumenta significativamente el tráfico en las carreteras (Semana Santa, verano o Navidad). Acciones que han conseguido miles de visualizaciones, que han sido compartidas con convencimiento y que incluso se han visto reconocidas con distintos premios.

Gonvarri has provided the means - making a huge effort in investment and creativity - and the employees have been in charge of bringing it to life, of making it viral. For example, the testimonial and motivational videos that circulate on social networks. Or the web series that gathers the statements by drivers -employees of the company and personnel of collaborating entities such as AESLEME- who have suffered an accident firsthand and have managed to overcome it with an attitude as positive as it is contagious. There are also specific campaigns for those times of the year when there is a significant increase in traffic on the roads (Easter, summer or Christmas). These actions have obtained thousands of visualizations, have been shared with conviction and have even been awarded various prizes.

A driving school was also created on the Internet, offering training, recommendations and

También se creó en internet una escuela de conducción, que ofrece formación, recomendaciones y consejos de todo tipo relacionados con la seguridad vial. Y se potenciaron las nuevas tecnologías, con el desarrollo de una aplicación móvil de Emotional Driving, en la que se recogen las distintas reflexiones y testimonios del libro original, enfocados a entender la seguridad vial con optimismo. Asimismo, se realizaron tres exhaustivos estudios para conocer a fondo el comportamiento de los conductores españoles y argentinos —de diferentes perfiles— cuando se sientan al volante. Y en particular, su actitud frente a la seguridad vial.

Pero aún no era suficiente, había que llegar también a los más jóvenes, a los hijos de los actuales conductores, y a los conductores del futuro. Dos colectivos esenciales para Emotional Driving. Así que el programa se adentró en las es-

advice of all kinds related to road safety. And new technologies were promoted, with the development of an Emotional Driving mobile application, in which the different reflections and testimonies of the original book are gathered, focused on understanding road safety with optimism. Likewise, three exhaustive studies were carried out to gain an in-depth understanding of the behavior of Spanish and Argentinean drivers - with different profiles - when they sit behind the wheel. And in particular, their attitude towards road safety.

But it was still not enough; we also had to reach out to the youngest, the children of today's drivers, and the drivers of the future. Two key groups for Emotional Driving. So the program went into primary and secondary schools. Because there is no greater motivation to drive



cuelas de primaria y secundaria. Porque no hay mayor motivación para conducir de manera responsable que los mensajes de las personas a las que queremos y, muy especialmente, de nuestros hijos. Pensando, además, que cuando esos niños se conviertan en conductores, su comportamiento en la carretera dependerá en gran medida de la educación vial que hayan recibido en su infancia. Esta doble responsabilidad animó la creación de distintas campañas de formación (charlas, concursos) dirigidas a los hijos de los empleados de Gonvarri, y alcanzó también a otros muchos niños, gracias a la colaboración con AESLEME. Esta iniciativa se ha convertido en una pieza fundamental de Emotional Driving, que viene a reivindicar una importantísima asignatura, la educación vial, que lamentablemente sigue pendiente en los colegios españoles.

A día de hoy, después de cinco años de acciones ininterrumpidas, Emotional Driving sigue llegando a los trabajadores de Gonvarri en todo el mundo, a los niños y a los futuros conductores; pero no se ha detenido ahí, la expansión continúa llevando su mensaje a nuevos públicos. Por ejemplo, los transportistas de carretera o las personas con capacidades diferentes. Dos colectivos especialmente sensibles en todo lo que rodea a la seguridad vial. Los transportistas porque su lugar de trabajo es, precisamente, la carretera; y además durante muchas horas al día. Las personas con discapacidad, porque son las más vulnerables, tanto en un vehículo como en su rol de peatones. Cualquiera que sea la razón, ambos requieren especial atención. La idea es la misma, seguir salvando vidas.

responsibly than the messages of the people we love and, especially, our children. Taking into account, moreover, that when those children become drivers, their behavior on the road will depend largely on the road safety education they received in their childhood. This double responsibility encouraged the creation of different training campaigns (talks, competitions) aimed at the children of Gonvarri employees, and also reached many other children, thanks to the collaboration with AESLEME. This initiative has become a fundamental part of Emotional Driving, which comes to vindicate a very important subject, road safety education, which unfortunately is still pending in Spanish schools.

Today, after five years of unceasing actions, Emotional Driving continues to reach Gonvarri's workers around the world, their children and future drivers; but it hasn't stopped there, the expansion continues, taking its message to new audiences. For example, road transporters or people with different abilities. These are two groups that are particularly sensitive in all aspects of road safety. The transporters because their place of work is precisely the road and for many hours a day. People with disabilities, because they are the most vulnerable, both in a vehicle and in their role as pedestrians. Whatever the reason, both require special attention. The idea is the same, to continue saving lives.

## Un proyecto honesto y real

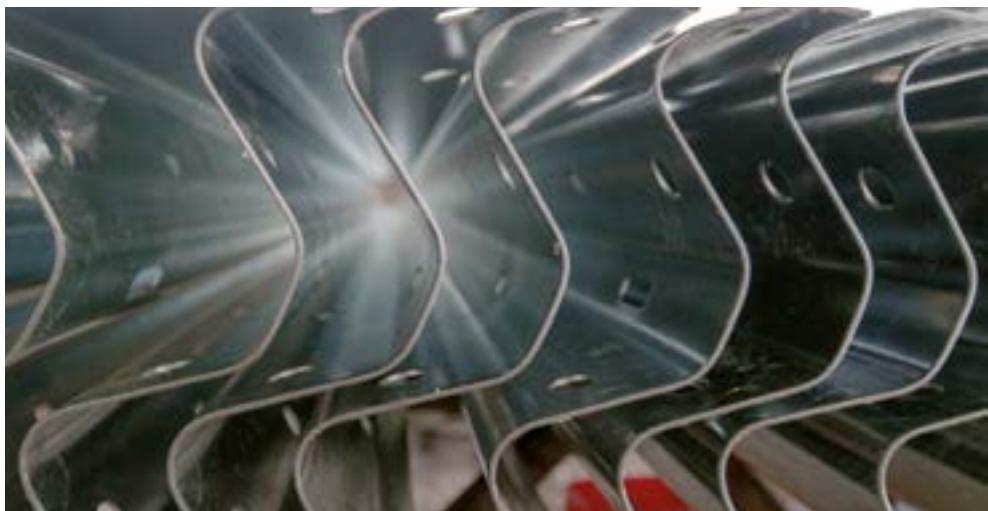
Una de las claves de Emotional Driving, fundamental para explicar su éxito dentro y fuera de Gonvarri, es la honestidad y el realismo del proyecto. Este es un programa que se ha hecho de verdad para la sociedad. La RSC está llena de motivos variados y creativos, por esa necesidad que tienen las empresas de mostrar su lado solidario. Pero en el caso de Emotional Driving todo es real: trabajamos por la seguridad vial con nuestros productos; queremos cuidar a nuestra gente, y la seguridad vial es un riesgo real que les afecta; nuestra gente lo ve y se lo cree; es nuestra gente la que participa en nuestras campañas; y los resultados conseguidos también son reales. No son estadísticas, son vidas.

Francisco Riberas Pampliega fundó esta empresa hace 60 años. Una persona extraordinaria, a quien de verdad le preocupaba generar empleo,

## An honest, real project

One of the keys to Emotional Driving's success in and out of Gonvarri is the project's honesty and realism. This is a program that has really been created for society. CSR is full of varied and creative motives, because of the need for companies to show their solidarity. But in the case of Emotional Driving everything is real: we work for Road Safety with our products; we want to take care of our people, and Road Safety is a real risk that affects them; our people see it and believe it; it is our people who participate in our campaigns; and the results achieved are also real. They are not statistics, they are lives.

Francisco Riberas Pampliega founded this company 60 years ago. An extraordinary person, who really cared about creating jobs, and who really cared about his people. That



y que de verdad se preocupaba por su gente. Ese espíritu es el que ha llevado a la empresa hasta donde está, haciendo las cosas bien, haciendo el bien (Doing well by doing Good). Con honestidad. Con coherencia. Creyendo en lo que hacemos. Y eso es lo que define también a Emotional Driving, un proyecto que es de verdad.

El balance final de estos cinco años de vida de Emotional Driving resulta positivo, esperanzador y muy gratificante para todos los que hemos formado parte del proyecto. Lo que empezó como una modesta iniciativa para los trabajadores de la sede madrileña de Gonvarri, hoy llega a muchos miles de personas en todo el mundo. Nuestros trabajadores se han convertido en embajadores de la conducción responsable, y además las campañas de concienciación han entrado en los colegios, y son vividas con convencimiento por los jóvenes y por los profesionales de la carretera. No sabemos cuántos accidentes se han evitado en este tiempo, no existen esos datos, pero lo que sí es un hecho incuestionable es que Emotional Driving ha impactado muy positivamente sobre los empleados y la sociedad en general. Ha conseguido que ahora, cuando van en su coche de camino a casa, o están de viaje, piensen que lo importante es volver y abrazar a los suyos. Y, sin duda, ello contribuye a hacer una sociedad un poco mejor. Esa es la verdadera métrica de la rentabilidad social de un proyecto como Emotional Driving. Y es lo que nos impulsa a seguir trabajando cada día para llegar más lejos, a más gente, a más conciencias.

spirit is what has brought the company to where it is today, doing things right, doing good (Doing well by doing Good). With honesty. With coherence. By truly believing in what we do. And that is what also defines Emotional Driving, a project that is for real.

The final balance of these five years of Emotional Driving's life is positive, hopeful and very gratifying to all of us who have been part of the project. What began as a modest initiative for the workers of the Gonvarri headquarters in Madrid, reaches today many thousands of people all over the world. Our workers have become ambassadors of responsible driving, and in addition, awareness raising campaigns have been introduced in schools, and are experienced with conviction by young people and road professionals. We do not know how many accidents have been avoided in all this time, the data does not exist, but what is an unquestionable fact is that Emotional Driving has had a very positive impact on employees and society in general. It has made them think that now, when they are in their car on their way home, or they are on a trip, the important thing is to arrive safely and hug their loved ones. And, without a doubt, this contributes to making society a little better. That is the true metric of the social profitability of a project like Emotional Driving. And it is what drives us to continue working every day to reach more people, more consciences.

ir al **índice**  
go to **index**



EMOTIONAL DRIVING

# Estudios sobre hábitos de conducción

## Studies on driving habits



Los estudios son la constatación de  
la intuición que hace cinco años  
marcó el inicio de este proyecto

The studies are the confirmation of  
the intuition that five years ago  
marked the beginning of this project

Una vez que Emotional Driving cruzó la frontera de Gonvarri y se convirtió en un proyecto abierto a toda la sociedad, surgieron nuevas preguntas a las que era necesario dar respuesta. ¿Qué opina la sociedad sobre la seguridad vial? ¿Y los jóvenes en particular? ¿Cuáles son sus preocupaciones a la hora de sentarse al volante? ¿Cómo podemos concienciar de manera eficaz a los conductores sobre los riesgos que entraña la carretera? A través de las actividades realizadas para los empleados de Gonvarri, desde los roadshows y los testimonios en directo hasta las webseries, habían quedado claros los fundamentos del proyecto y sus llamativos resultados. Es decir, la clave estaba en el enfoque: había que dar datos, sí, pero sobre todo transmitir experiencias emocionales; y, además, era preferible huir de los mensajes trágicos o amenazantes y centrarse en enviar estímulos positivos, constructivos, didácticos.

Con el programa Emotional Driving se había logrado llegar y conocer a los conductores de Gonvarri. Sus hábitos, sus defectos, sus motivaciones. Pero ¿cuáles eran los hábitos del resto de los españoles? ¿Qué distracciones son las más comunes al volante? ¿Qué les motiva a conducir de manera responsable y segura? Para hallar una respuesta precisa a este tipo de cuestiones, más allá de las intuiciones iniciales, Gonvarri decidió reforzar su apuesta por su compromiso con la seguridad vial, y decidió dotar a Emotional Driving de una herramienta de observación de gran potencia. En colaboración con Movistar, uno de sus partners más activos, ha llevado a cabo diferentes estudios sobre los

Once Emotional Driving reached beyond the walls of Gonvarri and became a project open to all of society, new questions arose that needed to be answered. What does society think about road safety? What are the concerns of young people in particular when it comes to sitting behind the steering wheel? How can we effectively raise drivers' awareness of the risks involved on the road? Through the activities carried out for Gonvarri's employees, from road shows and live testimonials to web series, the fundamentals of the project and its striking results had become clear. In other words, the key was in the approach: it was necessary to provide data, yes, but above all to transmit emotional experiences; and, moreover, it was preferable to avoid tragic or threatening messages and focus on sending positive, constructive, educational stimuli.

The Emotional Driving program reached Gonvarri's drivers and become familiar to them. Their habits, their defects, their motivations. But what were the habits of the rest of the Spaniards? What are the most common distractions at the wheel? What motivates them to drive responsibly and safely? In order to find precise answers to these questions, beyond initial intuition, Gonvarri decided to reinforce its commitment to road safety and provide Emotional Driving with a powerful observation tool. In collaboration with Movistar, one of its most active partners, it has carried out various studies on the driving habits of the Spanish people, which have provided the most reliable possible picture of our behavior at the wheel. The main goal has been to determine



hábitos de conducción de los españoles, a través de los cuales poder obtener un reflejo lo más fidedigno posible de nuestro comportamiento al volante. Su objetivo principal, determinar cuáles son las distracciones en general, y el uso del móvil en particular, que ponen en riesgo nuestras vidas. Y colocándonos ante ese revelador espejo, concienciarnos seriamente acerca de nuestra responsabilidad como conductores, con nosotros mismos y con los demás.

which are the distractions in general, and in relation to mobile phone use in particular, that put our lives at risk. And by viewing ourselves in this revealing mirror, we become genuinely aware of our responsibility as drivers, towards ourselves and towards others. Because it is not only our lives that we put at stake, in this sort of Russian roulette on four wheels we also put at risk those who travel with us, and other drivers, and pedestrians...



Porque no solo es nuestra vida la que ponemos en juego, en esta suerte de ruleta rusa sobre cuatro ruedas, también la de aquellos que viajan con nosotros, y la de los otros conductores, y la de los peatones...

El primero de estos estudios, realizado en 2018, se centró en los jóvenes como futuros conductores; y un segundo estudio amplió la muestra a toda la población española. Los resultados obtenidos son sin duda de enorme interés, por

The first of these studies, conducted in 2018, focused on young people as future drivers; and a second study extended the sample to the entire Spanish population. The results obtained are undeniably of enormous interest, for several reasons: they have allowed us to draw a reliable composite portrait of the Spanish person behind the wheel and they confirm that the strategy developed by Emotional Driving is correct (if we

varios motivos: nos han permitido dibujar un fidedigno retrato robot del español al volante y confirman que la estrategia desarrollada por Emotional Driving es acertada (si queremos reducir el número de siniestros en nuestras carreteras, debemos apostar por campañas que apelen a la responsabilidad emocional de los conductores, y a través de mensajes positivos). Al mismo tiempo, estos estudios nos han obligado a ampliar nuestra mirada y detectar nuevos objetivos de cara al futuro.

Estos retratos robot, tan sumamente esclarecedores, se han convertido en un activo de gran valor y recorrido para Emotional Driving. Los datos obtenidos nos permiten entender cómo conducimos y qué amplia variedad de errores cometemos al volante (consciente o inconscientemente) y, muy importante, nos aportan argumentos para encontrar soluciones reales. El impacto que ambos estudios han tenido en la sociedad, y la consiguiente cobertura mediática, han sido más que notables y han llevado a Gonvarri a repetir la experiencia más allá de las fronteras españolas. En septiembre de 2019 se realizó un estudio específico para Argentina, con resultados igualmente destacables, y a día de hoy se están analizando otros países, en los que Gonvarri también tiene presencia, para repetir la experiencia. Sin duda, es una poderosa herramienta que ha demostrado ser fundamental para el futuro de Emotional Driving, y que abre nuevos caminos para seguir avanzando con paso firme, y seguro, hacia el Objetivo Cero.

want to reduce the number of accidents on our roads, we must opt for campaigns that appeal to the emotional responsibility of drivers, and through positive messages). At the same time, these studies have forced us to broaden our view and detect new goals for the future.

These extremely revealing portraits have become a valuable and far-reaching asset for Emotional Driving. The data obtained allows us to understand how we drive and the nature of the wide variety of mistakes we make behind the wheel (consciously or unconsciously) and, very importantly, provides us with arguments to find real solutions. The impact that both studies have had on society, and the resulting media coverage, has been more than notable and has led Gonvarri to repeat the experience beyond Spain's borders. In September 2019, a specific study was carried out for Argentina, with equally remarkable results, and today other countries in which Gonvarri is also present are being analyzed in order to repeat the experience. Without a doubt, it is a powerful tool that has proven to be fundamental for the future of Emotional Driving, and which opens up new paths to continue advancing firmly and safely towards Goal Zero.



Visualiza el catálogo completo en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



## ESTUDIO I

### Retrato robot de los conductores seguros

¿Qué perfil de conductor conduce con mayor prudencia cuando se siente responsable de las personas que viajan con él? ¿Y por temor a sufrir un accidente? En general, son mujeres. Y cuanta más edad y más nivel de estudios tienen, más se acrecienta ese sentido de la responsabilidad. En cambio, quienes encuentran su motivación en la familia a la hora de conducir de forma más segura, son conductores entre 27 y 30 años y residentes en grandes municipios. Otro tipo de conductor seguro son las personas que han recibido formación o información sobre seguridad vial después de obtener el carnet de conducir; por lo general, hombres jóvenes, residentes en municipios medianos y con un alto nivel de ingresos.

## STUDY I

### Profile of safe drivers

What profile of driver drives most prudently when they feel responsible for the people travelling with them? And out of fear of an accident? In general, it's women. And the older and more educated they are, the more this sense of responsibility increases. On the other hand, drivers whose family is their motivation to drive more safely are aged between 27 and 30 years old and residents of large municipalities. Another type of safe driver are people who have received training or information on road safety after obtaining a driving license; these are usually young men, resident in medium-sized municipalities and with a high income level.



Son tres de los retratos robot que han sido definidos tras analizar los datos de este primer estudio promovido por Gonvarri y Movistar. Una muestra realizada en base a 1.001 individuos, hombres y mujeres de 18 a 30 años de edad residentes en España. La encuesta atiende a factores sociodemográficos tales como el nivel de estudios, el tamaño del municipio, los ingresos mensuales en el hogar o la ocupación profesional.

These are three of the portraits that have been brought into focus after analyzing the data from this first study promoted by Gonvarri and Movistar. The sample was made up of 1,001 individuals, men and women between 18 and 30 years of age, resident in Spain. The survey takes into account socio-demographic factors such as level of education, size of the municipality, monthly household income and profession.

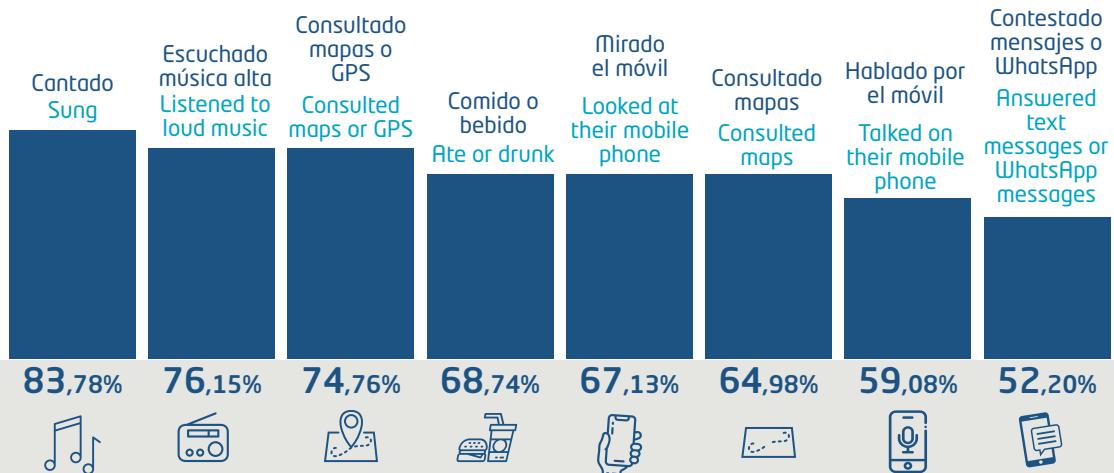
## Distracciones de los jóvenes españoles mientras conducen

Pero los resultados del estudio van mucho más allá. Una de las primeras conclusiones que cabe extraer es que los jóvenes españoles no solo cometan infracciones e imprudencias, sino que además son conscientes de ello. Ocho de cada diez admiten haber tenido una distracción que les ha puesto en situación de riesgo, ya sea como conductor (54,45%) o como pasajero (54,45%). Al seguir profundizando en este tema, descubrimos que tres de cada cuatro conductores jóvenes admiten que suelen distraerse cuando conducen, de forma habitual (4,80%), ocasional (16,58%) o en raras ocasiones (55,84%).

## Distractions for young Spaniards while driving

The results of the study, however, go far beyond this. One of the first conclusions that can be drawn is that young Spaniards not only commit infractions and are reckless, but they are also aware of it. Eight out of ten admit to being distracted in such a way that it put them at risk, either as a driver (54.45%) or as a passenger (54.45%). Further investigation of this issue reveals that three out of four young drivers admit that they are often distracted when driving, either regularly (4.80%), occasionally (16.58%) or rarely (55.84%).

Los jóvenes españoles reconocen que mientras conducen han:  
Young Spaniards recognize that while driving they have:

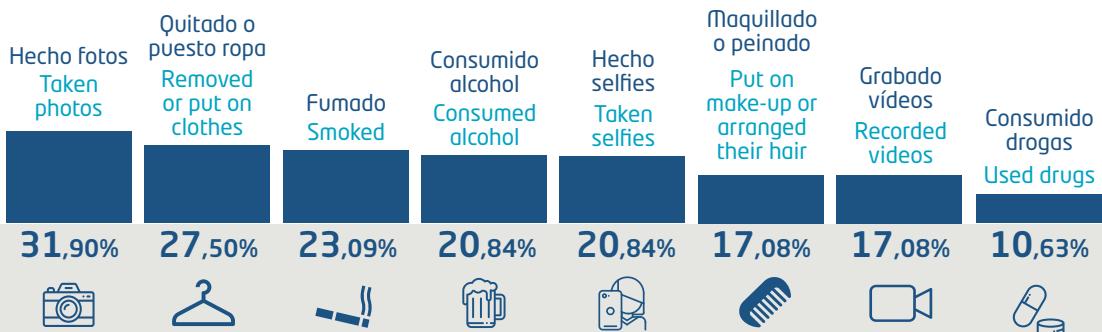


Resulta igualmente significativo analizar cuáles de las imprudencias relacionadas con el uso del móvil mientras conducen perciben como más arriesgadas. Destacan las redes sociales, leer noticias y escribir mensajes de texto, pero también hacer fotos o vídeos... y enviarlos. Todas estas acciones son claramente percibidas como peligrosas (superan una puntuación de 8 sobre 10), al contrario de lo que opinan sobre hablar con la función manos libres mientras están al volante (tan solo 3,75 sobre 10 de peligrosidad). Otra pregunta interesante se refiere al tiempo que los jóvenes consideran que pueden distraerse con el WhatsApp, antes de que resulte peligroso: admiten que 4 segundos ya supone un riesgo pero, al mismo tiempo, reconocen que invierten una media de 11 segundos para consultar la aplicación.

Más allá de estas percepciones, lo cierto es que las distracciones de los jóvenes al volante son variadas. Casi un 60% ha hablado alguna vez mientras conducía, más de la mitad ha enviado mensajes de WhatsApp, un 20,84% se ha hecho selfies al volante y el 17,08% ha grabado ví-

It is equally significant to analyze which careless acts associated with mobile phone use while driving are perceived to be more risky. These include involvement on social networks, reading news and writing text messages, but also taking photos or videos... and sending them. All of these actions are clearly perceived as dangerous (they score 8 out of 10), in contrast to what they think about talking hands-free while driving (only 3.75 out of 10 for dangerousness). Another interesting question concerns the time young people consider they can be distracted by WhatsApp, before it becomes dangerous: they admit that 4 seconds is already a risk but, at the same time, they acknowledge that they spend an average of 11 seconds consulting the application.

Beyond these perceptions, the reality is that young people's driving distractions are varied. Nearly 60% have spoken while driving, more than half have sent WhatsApp messages, 20.84% have taken selfies and 17.08% have recorded videos. But the numbers add up. 83.87% have sung at some point, 76.15% have



deos. Pero las cifras dan para más. El 83,87% ha cantado en alguna ocasión, el 76,15% ha escuchado música a un volumen alto, un 68,74% ha comido o bebido y un 27,50% se han quitado o puesto ropa mientras conducían. También resultan preocupantes los porcentajes de los jóvenes que han consumido alcohol (20,84%) o drogas (10,63%).

Con estos datos sobre la mesa cabe preguntarse, ya en el plano de la realidad, qué contacto han tenido los jóvenes españoles con los incidentes viales causados por el uso del móvil. Así, descubrimos que la mitad admite que ellos (16,98%) o algún familiar o amigo (39,76%) han tenido un susto serio mientras conducían. En cambio, los porcentajes bajan significativamente cuando no hablamos de un susto, sino de un

listened to music at high volume, 68.74% have eaten or drunk and 27.50% have taken off or put on clothes while driving. Also of concern are the percentages of young people who have consumed alcohol (20.84%) or drugs (10.63%).

With this data before us, it is worth asking, in real terms, what contact young Spaniards have had with road incidents caused by the use of mobile phones. Thus, we found that half of them admit that they (16.98%) or some relative or friend (39.76%) have had a serious fright while driving. On the other hand, the percentages drop significantly when we are not talking about a fright but an accident. Only 8.09% of those surveyed had had an accident due to their



accidente. Solo el 8,09% de los encuestados ha sufrido un accidente por causa del móvil, y el 35,46% afirma que lo ha tenido un amigo o familiar. El dato relevante, pues, es que más de la mitad de los jóvenes españoles no ha vivido ni en primera persona ni a través de personas cercanas un incidente en coche causado por una distracción, y la cifra aumenta a 6 de cada 10 cuando hablamos de accidentes.

Un porcentaje similar, 63,44%, son los pasajeros que en alguna ocasión han pedido al conductor del coche que dejara de utilizar el móvil. Una actitud que merece ser valorada y que debemos enfatizar con respecto al modelo que ven estos jóvenes en casa. Así, casi siete de cada diez (69,33%) aseguran que sus padres no usan el móvil cuando conducen.

## Conducir de manera más segura y responsable

Como hemos visto, el estudio aporta datos muy interesantes sobre cómo los jóvenes perciben el peligro cuando están al volante de un coche, especialmente las imprudencias relacionadas con las distracciones por el uso del móvil. La mitad de ellos no tiene una experiencia propia, ni de alguien cercano, relacionada con el peligro de las distracciones al volante, y casi un 40% no ha pedido nunca al conductor que deje de usar el móvil.

Ahora vayamos al lado contrario. La pregunta es: ¿cuáles son las motivaciones que estos jóvenes encuentran para conducir de manera más segura y responsable?

mobile phone, and 35.46% said that a friend or relative had had one. The relevant fact, then, is that more than half of young Spaniards have not experienced either in first person or through people close to them an incident in a car caused by a distraction, and the figure rises to 6 out of 10 when we talk about accidents.

A similar percentage, 63.44%, are the passengers who at some time have asked the driver of the car to stop using their mobile phone. This is an attitude that deserves praise and one we must emphasize in respect to the model these young people see at home. Thus, almost seven out of ten of them (69.33%) say that their parents do not use their mobile phones when they drive.

## Driving more safely and responsibly

As we have seen, the study provides very interesting data on how young people perceive danger when they are behind the wheel of a car, especially carelessness related to the distractions of mobile phone use. In terms of the danger of being distracted while driving, half of them have no experience of their own or of someone close to them, and almost 40% have never asked the driver to stop using the mobile phone.

Now let's view this from the opposite end. The question is: what motivates these young people to drive more safely and responsibly?



Los tres principales motivos, nos dicen los propios jóvenes españoles, son: 1) la responsabilidad de llevar a gente en el coche, 2) el miedo a tener un accidente y 3) pensar en la familia. Y si los jóvenes piensan en una persona en particular (sean padres, hijos o amigos), tienen mayor tendencia a levantar el pie del acelerador, y recordar que «lo importante es llegar». Estas tres motivaciones se sitúan claramente en el podio con porcentajes entre el 64% y el 74%. La cosa cambia cuando analizamos los siguientes motivos en el ranking. El riesgo de que les pongan una multa solo afecta al 30,47% de los encuestados; que les quiten el coche, al 20,58%; y mantener los puntos del carnet, solo preocupa al 19,38%. Si bien estas cifras nos ofrecen un mapa emocional y motivacional de nuestros conductores más jóvenes, el siguiente dato nos deja una pista muy significativa —y preocupante— de lo que estamos haciendo mal: el 73% de estos conductores entre 18 y 30 años no ha recibido nunca información o formación sobre seguridad vial después de haberse sacado el carnet de conducir.

The three main motivations given to us by young Spaniards are: 1) the responsibility they feel for passengers in the car, 2) the fear of having an accident and 3) thinking about their family. And if young people think about one person in particular (be it a parent, a child or a friend), they are more likely to lift their foot off the accelerator, and remember that "what really matters is to get there". These three motivations clearly rank at the top, with percentages between 64% and 74%. Things change when we analyze the following motivations in the ranking: the risk of being fined affects only 30.47% of those surveyed; having their car taken away, 20.58%; and maintaining points on their license worries only 19.38%. While these figures provide us with an emotional and motivational map of our youngest drivers, the following data leaves us with a very significant – and worrying – clue as to what we are doing wrong: 73% of these drivers between the ages of 18 and 30 have never received any information or training on road safety after obtaining their driving license.

## Formación e información más efectivas en materia de seguridad vial

Las motivaciones extraídas del estudio nos llevan a preguntarnos qué tipo de campaña publicitaria sería el más efectivo de cara a concientiar a los jóvenes. A lo largo de los últimos años, se han desarrollado campañas centradas en las estadísticas, pero son las que tratan casos reales las que generan verdadero impacto y cuyos mensajes llegan con mayor eficacia a nuestros jóvenes. Algo en lo que el 80% de ellos está de acuerdo. Y lo que es más, el 57,64% reclama aún más dramatismo. Otro porcentaje muy elevado (76%) considera que los anuncios conseguirían un alto índice de efectividad si se mostraran mensajes de hijos a padres. Casi tantos como los que reclaman campañas más emotivas (71,13%).

En este sentido, el vídeo de Emotional Driving muestra algunos datos interesantes sobre los elementos más efectivos en una campaña de prevención en la conducción. Casi un 30% de los encuestados asegura que ya lo había visionado a través de WhatsApp, en el momento de realizar la encuesta. Un dato que confirma el interés despertado por la campaña entre los conductores más jóvenes. De hecho, 7 de cada 10 encuestados aseguran que la campaña les ha gustado mucho (23,28%) o bastante (46,05%), y solo el 7,19% indica que no le gustó.

## More effective training and information on road safety

The motivations extracted from the study lead us to ask what kind of advertising campaign would be the most effective in raising awareness among young people. Over the last few years, campaigns have been developed that focus on statistics, but the ones that deal with real cases are the ones that generate real impact and whose messages reach our young people most effectively. Something that 80% of them agree on. What's more, 57.64% call for even more drama. Another very high percentage (76%) considers that the ads would achieve a high rate of effectiveness if messages were shown to children and parents and everyone in between. Almost as many as those claiming more emotional campaigns (71.13%).

In this sense, the Emotional Driving video showcases some interesting points about the most effective elements in a driving prevention campaign. Almost 30% of those surveyed said that they had already seen it on WhatsApp at the time of the survey. This confirms the interest in the campaign among younger drivers. In fact, 7 out of every 10 people surveyed said they liked the campaign a lot (23.28%) or quite a lot (46.05%), and only 7.19% said they did not like it.



## ESTUDIO II

### Retrato robot de los conductores españoles

Los primeros datos que nos ofrece este estudio perfilan a grandes rasgos el retrato robot de los conductores españoles: propietarios de un coche de pequeño tamaño, que usan principalmente en la ciudad, tanto los días laborables como los fines de semana; casi la mitad de los conductores afirma llevar habitualmente a alguien en el vehículo y acumulan de media entre 10.000 y 20.000 kilómetros al año en zonas urbanas. La encuesta se realizó a más de 2.000 conductores de automóvil, de 18 a 65 años residentes en España.

Analizando los datos con más profundidad, observamos que existen importantes variantes. Por ejemplo, si más del 60% de los españoles conduce tanto días laborables como fines de semana, el 23,41% lo hace solo entre semana, y el

Visualiza el catálogo completo en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



## STUDY II

### Profile of Spanish drivers

The initial data offered by this study provides a general outline of Spanish drivers: they are owners of a small car, which they use mainly in the city, both on working days and at weekends; almost half of the drivers claim a passenger regularly accompanies them in the vehicle and they drive on average between 10,000 and 20,000 kilometers per year in urban areas. The survey was carried out on more than 2,000 car drivers aged 18 to 65, resident in Spain.

Analyzing the data in more depth, we observe some important variations. For example, while more than 60% of Spaniards drive both on weekdays and on weekends, 23.41% do so only during the week, and 15.48% only on weekends. On the other hand, the differences are smaller in terms of the kilometers driven per



**Objetivo**  
Determinar las **distracciones en general** y el **uso del móvil en particular** al volante, así como la **concienciación y motivación en seguridad vial**.

**Goal**  
To determine **distractions in general** and **mobile phone use in particular** while driving, as well as **road safety awareness and motivation**.

15,48% solo los fines de semana. En cambio, las diferencias son menores en cuanto a los kilómetros recorridos al año y el lugar por donde conducen: el 45,54% acumula entre 10.000 y 20.000 kilómetros al año, pero el 31,65% conduce menos de 10.000, y el 22,81%, más de 20.000. Algo parecido ocurre entre los que conducen habitualmente en zonas urbanas (45,14%), por carretera (31,05%) o por autopista o autovía (23,81%). En cambio, los que conducen un utilitario (56,36%) y un monovolumen (31,65%) suman una gran mayoría frente a los que conducen todoterrenos (10,27%) o furgonetas y camiones (1,74%). La proporción entre aquellos que habitualmente llevan pasajeros en su vehículo (52,23%) y los que suelen conducir solos (47,77%) es casi de empate.

year and the place where they drive: 45.54% accumulate between 10,000 and 20,000 kilometers per year, but 31.65% drive less than 10,000, and 22.81% more than 20,000. Something similar occurs among those who usually drive in urban areas (45.14%), on roads (31.05%) or on motorways and expressways (23.81%). On the other hand, those who drive a small car (56.36%) or a minivan (31.65%) make up a large majority compared to those who drive SUVs (10.27%) or vans and trucks (1.74%). The proportion between those who usually carry passengers in their vehicles (52.23%) and those who usually drive alone (47.77%) is almost equal.

## Distracciones al volante

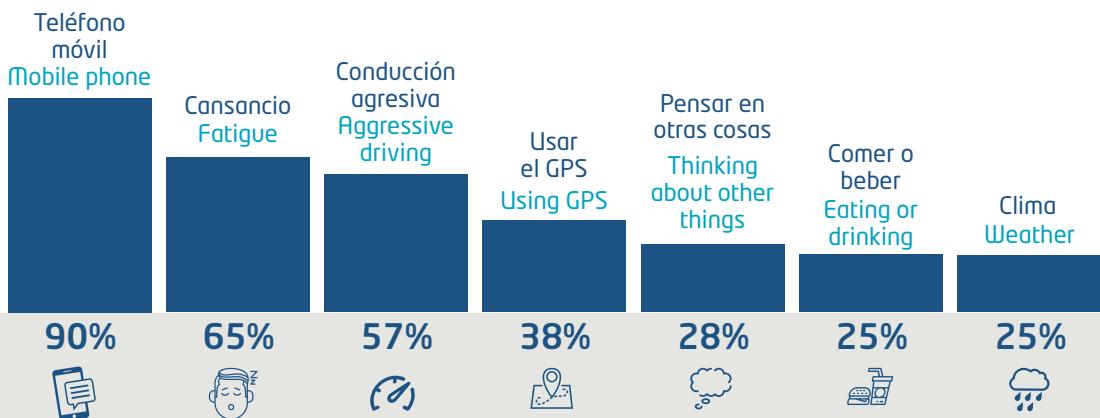
Respecto a las costumbres al volante, el primer dato destacable indica que más de la mitad de los conductores se han puesto en peligro a sí mismos y han puesto en peligro a los demás por culpa de una distracción. No es un problema menor, el de las distracciones: un 76,98% de los españoles se distrae cuando conduce. De este porcentaje, el 60% asegura que le sucede en raras ocasiones, y un 17% admite que lo hace habitualmente. La cifra de los que afirman no distraerse nunca al volante apenas llega al 23%. A la hora de analizar las distracciones, podemos observar que son los jóvenes quienes se distraen con mayor facilidad, y que además son los que conducen más y con mayor frecuencia.

Siguiendo el estudio, los españoles consideran que la acción que entraña más riesgo mientras conducen es escribir un mensaje en el móvil (8,8 sobre 10), seguida de leer las noticias, buscar información, hacer fotos, grabar vídeos y leer

## Distractions at the wheel

With regard to driving habits, the first notable fact indicates that more than half of the drivers have endangered themselves and others because of a distraction. Distractions are not a minor problem: 76.98% of Spaniards are distracted when driving. Of this percentage, 60% say that it happens rarely, and 17% admit it happens regularly. The number of those who say they never get distracted at the wheel is barely 23%. An analysis of distractions reveals that young people are the ones most easily distracted, and that they are also the ones who drive more and most often.

According to the study, Spaniards consider that the action involving the most risk while driving is writing a message on their mobile phone (8.8 out of 10), followed by reading the news, looking for information, taking photos, recording videos and reading messages. In contrast, they generally do not perceive it as dangerous to talk



mensajes. Por el contrario, en general no perciben tan peligroso hablar con el manos libres, consultar el GPS o seleccionar música. El tiempo medio que los españoles consideran que pueden distraerse usando el móvil sin peligro es de 2,37 segundos. También resulta interesante comprobar que, cuantos más kilómetros al año acumula un conductor, menos peligro percibe al volante.

Otro dato significativo es que aproximadamente 1 de cada 4 conductores ha tenido un incidente pequeño o un susto causado por alguna distracción al volante, pero son solo 2 de cada 10 cuando se trata de un accidente grave. Un 20% de los encuestados reconoce haber advertido al conductor que dejara de utilizar el móvil mientras conducía.

A la hora de valorar cuáles son las principales distracciones al volante, los españoles no tienen duda a la hora de señalar al principal culpable: el teléfono móvil (el enemigo para un 90%). Otras causas habituales son el cansancio (65%) y la conducción agresiva (57%). También el uso del GPS (38%), estar pensando en otras cosas, comer, beber o fumar mientras se conduce, las condiciones climatológicas o la rutina, entre otras.

hands-free, consult the GPS or select music. The average time that Spaniards consider that they can be distracted by using their mobile phone safely is 2.37 seconds. It is also interesting to note that the more kilometers a driver accumulates per year, the less danger he or she perceives at the wheel.

Another significant fact is that approximately 1 out of every 4 drivers has had a small incident or a scare caused by a distraction at the wheel, but the number is only 2 out of every 10 when it comes to a serious accident. Twenty percent of those surveyed say they have asked a driver to stop using his or her mobile phone while driving.

When it comes to assessing what the main distractions at the wheel are, Spaniards have no hesitation in pointing out the main culprit: the mobile phone (the enemy for 90%). Other common causes are tiredness (65%) and aggressive driving (57%). Also the use of GPS (38%), thinking about other things, eating, drinking or smoking while driving, weather conditions or routine, among others.



Conducir muy cansado (56,70%), saltarse los límites de velocidad en carretera (55,80%), en autopistas y autovías (54,56%) y en ciudad (49,75%), consultar el GPS (53,67%) y saltarse alguna señal de ceda el paso (40,28%) son otras acciones habituales de los conductores españoles que pueden entrañar riesgos importantes.

Driving while very tired (56.70%), breaking the speed limit on the road (55.80%), on highways and motorways (54.56%) and in the city (49.75%), consulting the GPS (53.67%) and missing a yield sign (40.28%) are other common actions of Spanish drivers that can involve significant risks.

## Los mensajes más efectivos: las motivaciones

En el lado positivo del estudio, los datos confirman que el principal motivo (82%) para conducir con responsabilidad es el temor a sufrir un accidente. La responsabilidad de llevar a gente consigo (75%) y pensar en la familia (72%) son también motivos importantes. Hay otros que también se tienen en cuenta, aunque en menor medida, generalmente de carácter punitivo o material (una multa, quedarse sin el coche o perder los puntos del carnet). El efecto, en cualquier caso, está ahí: más del 63,59% de los encuestados asegura que alguna vez ha levantado el pie del acelerador al pensar en alguna persona en particular (sus padres, su pareja, sus hijos, amigos...) convencidos de que «lo importante es llegar».

Y el dato preocupante: al igual que en el estudio de los jóvenes, más del 80% de los conductores españoles nunca han recibido información o formación sobre seguridad vial después de sacarse el carnet.

A la hora de valorar las campañas publicitarias, los españoles consideran que serían más eficaces si reflejaran casos reales o, en general, fueran

## The most effective messages: motivations

On the positive side, the data confirms that the primary motive (82%) for driving responsibly is fear of an accident. The responsibility of carrying passengers with you (75%) and thinking of the family (72%) are also important reasons. Other motives are also taken into account, although to a lesser extent, and include ones generally of a punitive or material nature (being fined, losing your car or losing points on your license). The effect, in any case, is there: more than 63.59% of respondents say that they have taken their foot off the accelerator when thinking about a particular person (their parents, partner, children, friends...) convinced that "what really matters is to arrive safely".

And then there is this same worrying fact: as in the study of young people, more than 80% of Spanish drivers have never received information or training on road safety after obtaining their license.

When it comes to evaluating advertising campaigns, Spaniards consider that they would be more effective if they reflected real cases or



más realistas. En menor medida, los encuestados reclaman mensajes de hijos a padres y viceversa, y también enfoques más emotivos y dramáticos.

were more realistic in general. To a lesser extent, the respondents demand messages from children to parents and vice versa, and also more emotional and dramatic approaches.

## Conducción responsable

Uno de los datos más significativos del estudio es el contraste entre cómo consideramos que se conduce en nuestro país (casi el 55% señala que conducimos mal), y cómo valoramos nuestra propia forma de conducir (más del 90% asegura conducir de forma responsable y segura). Siguiendo esta línea, más del 60% de los encuestados afirma que el hecho de llevar a personas en su coche no afecta a su forma de conducir.

## Responsible driving

One of the most significant pieces of data from the study is the contrast between how we feel people drive in Spain (almost 55% say Spaniards drive badly), and how Spaniards value their own driving (over 90% say they drive responsibly and safely). Along these lines, more than 60% of those surveyed stated that driving passengers in their car does not affect their driving.

A la hora de proponer medidas para reducir los accidentes de tráfico, las soluciones más destacadas son: ser más responsables (95,63%), una tecnología que no permita conducir bajo los efectos del alcohol, drogas o cansancio (90,58%) y que se impida usar el móvil al volante sin manos libres (84,13%). Otras propuestas para reducir los accidentes serían realizar pruebas teóricas y prácticas a los conductores, más sanciones y multas, reducir los límites de velocidad y el uso de coches más autónomos.

When it comes to proposing measures to reduce road accidents, the most outstanding solutions are: being more responsible (95.63%), technology that does not allow driving under the influence of alcohol, drugs or fatigue (90.58%) and preventing the use of a mobile phone behind the wheel unless it's hands free (84.13%). Other proposals to reduce accidents would be to carry out theoretical and practical tests on drivers, more penalties and fines, lower speed limits and the use of more autonomous cars.



Es curioso señalar que más del 85% de los conductores españoles señalan que la tecnología puede ayudarles a conducir de manera más segura y además creen que ellos mismos podrían mejorar como conductores (82,99%). Sin embargo, más del 70% se considera muy buen conductor (73,21%) y más del 60% piensa que conduce mucho mejor que la mayoría de conductores (60,32%), aunque admiten que es inevitable cometer alguna imprudencia (61,86%). Cabe destacar que 4 de cada 10 españoles piensan que es imposible no saltarse los límites de velocidad (39,88%), un 28,57% ven muy improbable que ellos puedan tener un accidente y cerca de un 20% considera que el consumo moderado de alcohol no afecta a sus reflejos. Incluso más del 10% considera que algunas normas están para saltárselas y que, aunque consulten el móvil, tienen el control absoluto en la conducción (11,21%). Un 8,33% admite que suele conducir de manera agresiva.

El estudio arroja datos preocupantes sobre la actitud de los españoles cuando se ponen a los mandos de un coche, puesto que hay una clara tendencia a infravalorar los peligros de la conducción, así como a culpar de las imprudencias a los otros conductores. Esto demuestra la necesidad urgente de una adecuada formación vial, de un mayor respeto a las normas y a los demás y, sobre todo, de un sentido de autocritica responsable a la hora de analizar nuestra manera de conducir. Algo que puede salvar muchas vidas, incluida la de aquellos que creen que eso de los accidentes "solo les pasa a otros".

It is interesting to note that more than 85% of Spanish drivers say that technology can help them drive more safely and also believe that they themselves could improve as drivers (82.99%). However, over 70% consider themselves to be very good drivers (73.21%) and over 60% think that they drive much better than most drivers (60.32%), although they admit that some recklessness is inevitable (61.86%). It is worth noting that 4 out of 10 Spaniards think it is impossible not to break the speed limit (39.88%), 28.57% find it very unlikely that they could have an accident and nearly 20% consider that moderate alcohol consumption does not affect their reflexes. More than 10% even think that some rules are there to be broken and that, even if they consult their mobile phone, they maintain absolute control over their driving (11.21%). 8.33% admit that they tend to drive aggressively.

The study reveals worrying data on the attitude of Spanish people when they are behind the wheel, since there is a clear tendency to underestimate the dangers of driving, as well as to blame other drivers for their own carelessness. This demonstrates the urgent need for proper road training, for greater respect for the rules and for others and, above all, for a sense of responsible self-criticism when analyzing how we drive. This can save many lives, including the lives of those who believe that accidents "only happen to others".



### ESTUDIO III

## Retrato robot de los conductores argentinos

El de Argentina es un caso singular e interesante en el terreno de la seguridad vial. En comparación con España, según datos correspondientes a los estamentos de seguridad vial de ambos países, Argentina registra unas cifras de accidentalidad viaria significativamente superiores a los nuestros: unos 5.500 frente a poco más de 1.600 (en el año 2018). Datos preocupantes, sin duda, que llamaron la atención de Gonvarri, establecida en territorio argentino desde hace muchos años. La empresa española, decidida a involucrarse en la causa, realizó un estudio similar a los elaborados en nuestro país adaptado a los conductores argentinos. La encuesta recabó la opinión de 1.018 individuos, hombres y mujeres, de 18 a 65 años, representando todas las provincias del país.

### STUDY III

## Profile of Argentinean drivers

Argentina is a unique and interesting case in the field of road safety. In comparison with Spain, according to data from the road safety organizations of both countries, Argentina has significantly higher road accident figures than Spain: about 5,500 compared to just over 1,600 (in 2018). This is unquestionably worrying data and attracted the attention of Gonvarri, which has been present in Argentine territory for many years. The Spanish company, determined to take part in the cause, carried out a study similar to those carried out in our country and adapted to Argentine drivers. The survey gathered the opinion of 1,018 individuals, men and women, from 18 to 65 years old, representing all the provinces of the country.



Visualiza el catálogo completo en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)

View the full campaign





**Objetivo**  
Determinar las **distracciones en general** y el **uso del móvil en particular** al volante, así como la **concienciación y motivación en seguridad vial**.

**Goal**  
To determine **distractions in general** and **mobile phone use in particular** at the wheel, as well as **road safety awareness and motivation**.

Los primeros datos destacaron que casi la mitad de los argentinos encuestados que conducen un coche (48,33%) aseguran que recorren entre 10.000 y 20.000 km al año; el 30,26% suele conducir menos de 10.000 km, mientras que el 21,41% conduce más de 20.000 kilómetros anuales. Además, dos de cada tres argentinos declaran que suelen conducir en mayor medida por ciudad. Por el contrario, el 20,83% de los argentinos conduce principalmente por carretera y el 11,20% por autopista o autovía.

The first set of data highlighted that almost half of the Argentinians surveyed and who drive a car (48.33%) say they drive between 10,000 and 20,000 km a year; of these, 30.26% usually drive less than 10,000 km, while 21.41% drive more than 20,000 km a year. In addition, two out of every three Argentinians state that they tend to drive mostly in cities. In contrast, 20.83% of Argentinians drive mainly on roads and 11.20% on highways and motorways.

## Distracciones al volante

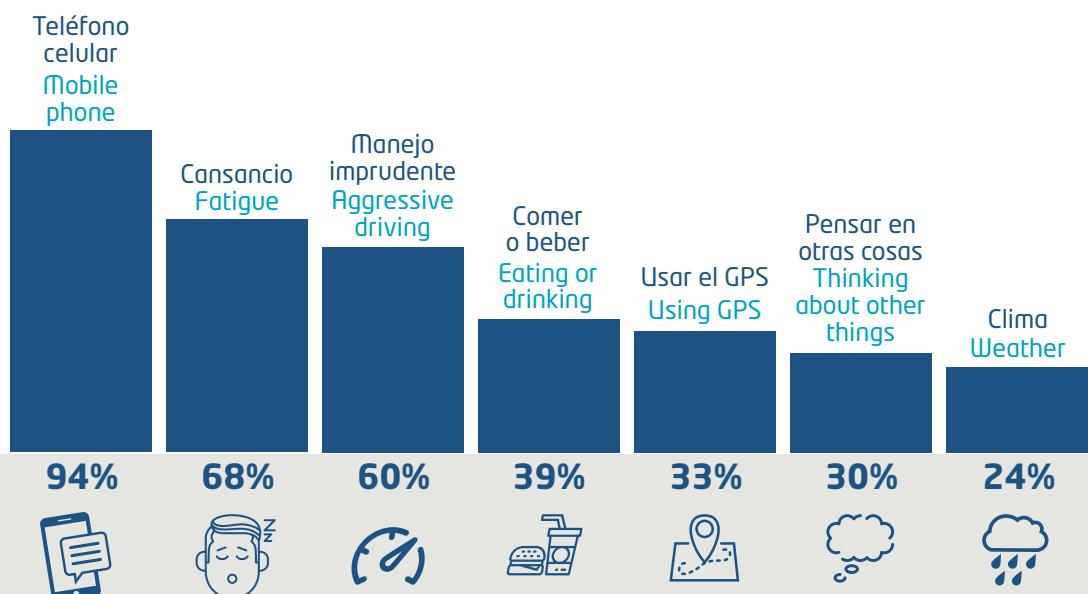
En un elevado porcentaje, 81,24%, los argentinos encuestados reconocen distraerse cuando conducen, aunque la mayoría afirma hacerlo en raras ocasiones (55,70%), mientras que el 20,92% confiesa distraerse en ocasiones y el 4,62% lo hace habitualmente. Tan solo el 18,76% de los conductores asegura que no se distrae nunca, siendo las mujeres y las personas de mayor edad las que conforman en su mayoría este porcentaje.

En cuanto a la percepción del riesgo, más de la mitad de los argentinos (56,68%) admite que en alguna ocasión han tenido alguna distracción al volante que les ha puesto en peligro, en mayor medida los hombres y los residentes en grandes municipios; mientras que un 43,32% indican lo contrario.

## Distractions at the wheel

A high percentage, 81.24%, of the Argentinians surveyed, admit to being distracted when driving, although most of them say that they are rarely (55.70%), while 20.92% confess to being distracted sometimes and 4.62% regularly. Only 18.76% of drivers say that they are never distracted, with women and older people making up the majority of this percentage.

With regard to the perception of risk, more than half of Argentinians (56.68%) admit that they have at some time been distracted at the wheel and that this has put them in danger, to a greater extent men and residents of large municipalities, while 43.32% indicate the opposite.



Pero ¿qué es lo que distrae a los argentinos? Veamos. Un 59,63% lo vincula a consultar el GPS mientras conducen, un 44,11% a saltarse los límites de velocidad en ruta, el 40,96%, a leer mensajes en el móvil mientras conducen, hablar por teléfono sin manos libres (el 36,05%), o escribir mensajes (33,10%). Está claro que los factores de distracción son variados, pero muchos de ellos tienen el mismo denominador común, el uso del teléfono móvil.

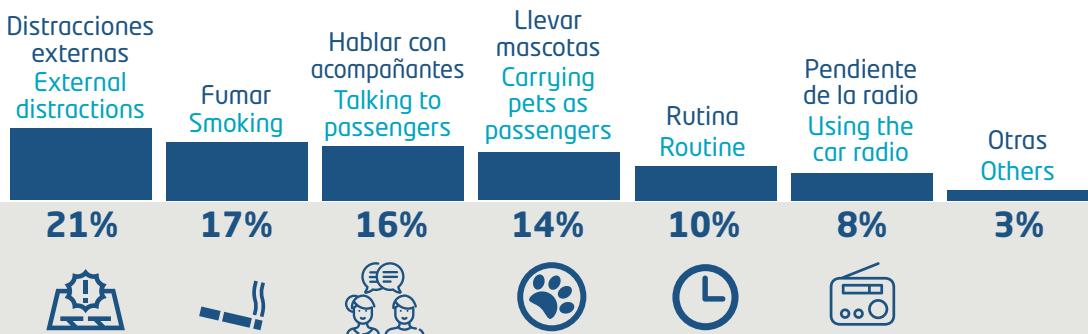
Si llevamos la reflexión a este terreno, 9 de cada 10 conductores (93,61%) consideran que el teléfono móvil es la principal causa de distracción al volante, siendo el cansancio (68,27%) y la conducción agresiva (60,41%) otras causas importantes.

Ante la pregunta de qué acción consideran la más peligrosa y arriesgada relacionada con el uso del teléfono móvil mientras conducen, el 83,20% afirmó que escribir mensajes de texto o WhatsApp. Le siguen, casi a la par, leer noticias (83,10%), buscar información (82,02%), leer mensajes de texto o WhatsApp (79,37%), sacar fotos (77,11%), o grabar videos (76,52%). En cambio, no les parece demasiado peligroso hablar por teléfono con el manos libres o ir seleccionando música (6,76%).

But what is it that distracts Argentinians? Let's take a look. 59.63% link their distraction to consulting the GPS while driving, 44.11% to exceeding speed limits on the road, 40.96% to reading messages on the mobile phone while driving, talking on the phone without hands-free (36.05%), or writing messages (33.10%). Clearly, the distractions are varied, but many of them have the same common denominator, mobile phone use.

Indeed, if we focus on this subject, we find that 9 out of 10 drivers (93.61%) consider that the mobile phone is the main cause of distraction, with fatigue (68.27%) and aggressive driving (60.41%) being other important causes.

When asked which action they consider the most dangerous and risky related to mobile phone use while driving, 83.20% stated that texting or using WhatsApp. This is followed, almost equaled, by reading news (83.10%), searching for information (82.02%), reading text or WhatsApp messages (79.37%), taking pictures (77.11%), or recording videos (76.52%). On the other hand, they do not find it overly dangerous to talk on the phone hands-free or to select music (6.76%).



## ¿Qué motiva a los argentinos a conducir de manera más responsable?

El principal motivo que hace o haría conducir de manera más segura y responsable a más de 8 de cada 10 argentinos (82,51%) es la responsabilidad de llevar gente en el coche, pensar en su familia (80,94%) y el miedo a tener un accidente (79,76%).

Cabe resaltar que un 73,08% asegura que en alguna ocasión ha levantado el pie del acelerador al pensar en una persona en particular, y que "lo importante es llegar"; en mayor medida en lo que se refiere a los hombres y personas con edades entre los 35 y los 54 años.

## What motivates Argentinians to drive more responsibly?

The main reason that makes or would make more than 8 out of 10 Argentinians (82.51%) drive safer and more responsibly is the responsibility of carrying passengers in the car, thinking about their families (80.94%) and the fear of having an accident (79.76%).

It is worth noting that 73.08% say that on at least one occasion they have lifted their foot from the accelerator when thinking about a particular person, and that "what really matters is arriving safely"; to a greater extent in relation to men and people between the ages of 35 and 54.



## Conducción responsable

¿Es Argentina un país en el que se conduce de forma responsable? Más de 8 de cada 10 argentinos consideran que no; pero curiosamente el mismo porcentaje, un 82,32% de los argentinos asegura que ellos sí conducen de una forma responsable y segura. En cuanto a su tipo de conducción, 6 de cada 10 encuestados afirman que conducen de igual manera cuando van solos que cuando llevan a otras personas.

¿Y qué opinan los argentinos respecto a reducir el número de accidentes en su país? La gran mayoría considera que se podrían reducir a la mitad los accidentes de tráfico si los conductores fueran más responsables (96,66%), si la tecnología impidiera conducir bajo los efectos del alcohol, drogas o cansancio (89,88%) y si se impidiera usar el teléfono móvil al volante sin manos libres (77,11%), como argumentos más destacados. También una aplastante mayoría (93,22%) se consideran respetuosos con los otros conductores, un 77,50% se considera buen conductor y el 91% piensa que podría mejorar como conductor. Casi un 80% creen que la tecnología puede ayudarles a conducir mejor y más de la mitad de ellos admiten que es inevitable cometer alguna imprudencia (57,66%). Cabe destacar también que más de un 36% ve muy improbable que pueda sufrir un accidente y un 31% considera imposible no saltarse los límites de velocidad.

## Responsible driving

Is Argentina a country where people drive responsibly? More than 8 out of 10 Argentinians consider that it is not; but curiously the same percentage, 82.32% of Argentinians assure that they themselves do drive in a responsible and safe way. As for their type of driving, 6 out of 10 respondents say that they drive the same way when they are alone as when they drive passengers.

And what do Argentinians think about reducing the number of accidents in their country? The vast majority believe that traffic accidents could be reduced by half if drivers were more responsible (96.66%), if technology prevented driving under the influence of alcohol, drugs or fatigue (89.88%) and if it prevented using mobile phones behind the wheel unless hands-free (77.11%). An overwhelming majority (93.22%) also consider themselves to be respectful of other drivers, 77.50% consider themselves to be good drivers and 91% think they could improve as drivers. Almost 80% believe that technology can help them drive better and more than half of them admit that some recklessness is inevitable (57.66%). It should also be noted that more than 36% find it very unlikely that they will have an accident and 31% find it impossible not to break the speed limit.

ir al **índice**  
go to **index**



EMOTIONAL DRIVING

## Nuestros conductores Our Drivers

Y a ti, ¿qué te motiva a conducir seguro?  
What motivates you to drive safely?



**12.000**

empleados, familiares y clientes  
employees, family members and customers



**+10**

millones de  
desplazamientos al año  
million trips per year



**+20**

roadshows en plantas  
roadshows in plants



**5**

países: España, Portugal,  
Alemania, Colombia y Argentina  
countries: Spain, Portugal,  
Germany, Colombia and Argentina

Alianza con / Partnership with





Emotional Driving se sitúa en el centro de la estrategia de la compañía y une en su objetivo, misión y desarrollo uno de los compromisos corporativos con sus empleados: la seguridad.

Emotional Driving is at the very heart of the company's strategy and unites in its goal, mission and development one of the corporate commitments to their employees: safety.



## NUESTROS CONDUCTORES OUR DRIVERS

Nuestro personal realiza más de 10 millones de desplazamientos por carretera al año. La seguridad y el bienestar de nuestros empleados es un objetivo prioritario en la compañía, no solo en el lugar de trabajo sino también fuera de él.

*Our staff makes more than 10 million road trips per year. The safety and well-being of our employees is a priority goal in the company, not only in the workplace but also outside it.*

En efecto, Emotional Driving nace con una aspiración muy clara: concienciar y motivar a los empleados de la compañía, y por extensión al conjunto de la sociedad, a través de mensajes positivos y emotivos para conducir de manera responsable y segura. Siempre hemos pensado que la implicación de Gonvarri en materia de seguridad vial es un deber, por quienes somos, por lo que hacemos y por como pensamos. Y este programa nos permite aportar valor y valores a nuestra gente y a la sociedad, un compromiso coherente y honesto que va más allá de los productos que diseñamos y fabricamos.

Además, al iniciar el proyecto, la compañía percibió de forma nítida que existe un consenso entre sus empleados a la hora de pensar que el problema de la seguridad vial es relevante para ellos, que les afecta directamente. Una realidad

Indeed, Emotional Driving was born with a very clear aspiration: to raise awareness and motivate the company's employees, and by extension society as a whole, through positive and emotional messages to drive responsibly and safely. We have always felt that Gonvarri's involvement in road safety is a duty, because of who we are, what we do and how we think. And this program allows us to provide value and values to our people and society, a coherent and honest commitment that goes beyond the products we design and manufacture.

Moreover, when the project was initiated, the company clearly perceived that a consensus existed among its employees that the problem of road safety is relevant to them, that it affects them directly. A reality that concerns everyone, workers and their families. Therefore, for all of



Roadshow en Gonvarri Burgos. 2015 / Roadshow in Gonvarri Burgos. 2015.

que preocupa a todos, a los trabajadores y a sus familias. Por eso, para todos ellos es también una tranquilidad saber que la empresa demuestra preocupación real por un tema que compromete la seguridad de su gente dentro y fuera del trabajo. Un gesto que valoran y agradecen.

Esta preocupación real y sincera es la que impulsó el proyecto desde el principio. El objetivo, como ya hemos visto, era concienciar a los trabajadores en materia de seguridad vial y evitar en lo posible los accidentes de tráfico en sus trayectos diarios. Un riesgo que afecta a todos los empleados de todos los departamentos de Gonvarri. El cómo íbamos a hacerlo vino a continuación. Se decidió enviar esos mensajes de una manera efectiva y directa: con realidades, con testimonios que abrieran los ojos y la men-

them it is also reassuring to know that the company shows real concern for an issue that compromises the safety of its people inside and outside the workplace. It is a gesture that they value and appreciate.

This real and sincere concern is what has driven the project from the beginning. The goal, as we have already seen, was to raise employee awareness of road safety issues and to avoid, as far as possible, traffic accidents on their daily journeys. A risk that affects all employees in all departments of Gonvarri. How we were going to do this was the next challenge. We decided to send these messages in an effective, direct way: through true stories, through testimonies that would open wide our eyes and minds; and also through the opportunity to directly



ir al **índice**  
go to **index**



te de par en par; y además con la oportunidad de experimentar todo el proceso en primera persona, de vivirlo, de sentirlo. En un *roadshow* que, partiendo de la sede central en Madrid, ha ido recorriendo las plantas de toda España y se ha internacionalizado, llegando a Alemania, Portugal, Colombia y Argentina, países en los que Gonvarri goza de presencia. Tras el éxito de este *roadshow*, se han ido desarrollando dentro de Emotional Driving diferentes acciones y actividades (campañas de marketing, webseries, programas de educación vial, etc.), todas ellas con un enfoque positivo, que es como se hacen las cosas en Gonvarri.

Pero volvamos al principio.

experience the whole process, to live it, to feel it. This was a road show that, starting from the company's headquarters in Madrid, travelled to plants all over Spain and then went international, reaching Germany, Portugal, Colombia and Argentina, countries where Gonvarri is present. Following the success of this road show, different actions and activities have been developed within Emotional Driving (marketing campaigns, web series, road education programs, etc.), all with a positive focus, which is how things are done at Gonvarri.

But let's go back to the beginning.

## **ROADSHOW**

Han pasado cinco años desde el comienzo de este ilusionante viaje, cinco prolíficos años desde aquella primera parada en las oficinas centrales de Gonvarri en Madrid. Aquel fue el primer *roadshow*, el primer contacto de los empleados con Emotional Driving, y la primera constatación de que el modelo elegido era el correcto y de que la campaña iba para largo. Tal fue el éxito de aceptación, de participación y de involucración en el evento. La clave, plantearlo como una jornada familiar lúdica y didáctica, y un reto colaborativo en el que todos tienen que participar activamente, en cada una de las tres fases del *roadshow*: experiencial (jornada de seguridad vial), emotiva (Emotional Driving Challenge) y formativa (la fase más racional). Testimonios reales y cercanos, mensajes positivos, simuladores de vuelco, expertos en seguridad vial, retos motivadores... todos ellos potentes estímulos que han ido calando poco a poco, pero de forma continuada, en el día a día de los empleados que han formado parte del proyecto.

## **ROADSHOW**

Five years have passed since the beginning of this exciting journey, five fruitful years since that first stop at Gonvarri's headquarters in Madrid. That was the first road show, the first contact of the employees with Emotional Driving, and the first confirmation that the chosen model was the right one and that the campaign would enjoy a long life. This was all made clear by the high acceptance of and participation and involvement in the event. The key was to make it a fun and educational family day, and a collaborative challenge in which everyone had to actively participate in each of the three phases of the road show: experience (road safety day), emotional (Emotional Driving Challenge) and training (the most rational phase). Genuine, accessible statements, positive messages, rollover simulators, road safety experts, motivating challenges... these were all powerful stimuli that have gradually but continuously permeated the daily lives of the employees who have taken part in the project.



## Un testimonio sobrecededor

La jornada tiene un comienzo doblemente impactante. Por un lado, viven los testimonios cargados de emoción y lecciones positivas de personas implicadas en accidentes de tráfico; tanto víctimas como los profesionales que las atienden (bomberos, policías, médicos). Son testimonios muy duros, sinceros y cercanos, tan sobrecededores como la propia realidad, que también calan muy hondo en el público y ejercen un poderoso efecto difícil de olvidar. Porque no están escuchando estadísticas, datos o razonamientos, están escuchando historias reales de personas reales, contadas en primera persona y en riguroso directo. Un lesionado medular que se ha visto forzado a empezar una nueva vida condenado a una silla de ruedas, un bombero que ha tenido que sacar a una víctima atrapada en los hierros de su vehículo, un médico que lucha por salvar la vida de un niño camino del hospital... Personas que cuentan con convicción, porque lo han vivido o sufrido, que algo tan aparentemente inocuo como contestar un WhatsApp o tomarse una copa de vino puede tener consecuencias terribles. Para el conductor, para su familia, para los otros implicados en el accidente. La lección positiva es que siempre es mejor llegar que correr, que siempre es preferible pecar de prudente que de inconsciente. Y por otro lado, los asistentes viven experiencias de seguridad vial casi reales, en simuladores manejados por formadores expertos; una sensación, desde luego, que resulta muy difícil de olvidar (aunque el peligro esté controlado).

## Overwhelming testimony

The day starts with a powerful double-header. On the one hand, they listen to statements packed with emotion and positive lessons from people involved in road accidents; both victims and the professionals who attend to them (firemen, policemen, doctors). These are very tough, sincere and intimate testimonies, as overwhelming as the reality itself, which likewise profoundly impact the audience and exert a powerful effect that is difficult to forget. This is because participants are not listening to statistics, data or reasoning, they are listening to real stories of real people, told in the first person, in flesh and blood, right in front of them. Someone with a spinal cord injury who has been forced to start a new life condemned to a wheelchair, a fireman who has had to pull free a victim trapped in the wreckage of their vehicle, a doctor who is fighting to save the life of a child on the way to the hospital... People whose accounts are convincing because they have lived through them or suffered from them, who know that something as seemingly innocuous as answering a WhatsApp message or drinking a glass of wine can have terrible consequences. For the driver, for their family, for all the others involved in the accident. The positive lesson is that it is always better to arrive safely than to rush, that it is always better to err on the side of caution than to do so out of a lack of awareness. And on the other hand, the participants take part in almost real road safety experiences, in simulators managed by expert trainers; needless to say, these sensations are very difficult to forget (although the danger is controlled).



## Experiencia en primera persona

Los trabajadores que participan en los roadshows tienen sin duda motivos para conducir con prudencia. Aunque, como nos pasa a todos, no siempre lo ponemos en práctica. Por eso en ocasiones necesitamos experimentar la realidad para aprender la lección. No en la carretera, claro, sino en simuladores. Es una de las actividades fundamentales -y favoritas- de la jornada de seguridad vial. Todos los asistentes tienen la oportunidad de subir a un simulador de vuelco, bastante realista, o de ponerse unas gafas de visión borrosa, emulando estar ebrios. Siempre con la ayuda de formadores expertos, tienen la oportunidad de sentarse al volante y "conducir" por una carretera, como hacen todos los días para ir a trabajar, recoger a los niños en el colegio o escaparse a la playa. La diferencia es que, esta vez, una distracción, su visión borrosa o la falta de reflejos sí tiene consecuencias: el coche vuelca o choca contra otro vehículo. Aunque sea un accidente

## First-person experience

Employees who participate in road shows certainly have motives to drive safely. Although, as is true for everyone, we don't always put this into practice. That's why sometimes we need to experience reality to learn the lesson. Not on the road, of course, but in simulators. This is one of the fundamental - and favorite - activities of the road safety day. All the participants have the opportunity to get into a very realistic rollover simulator, or to put on blurred vision glasses, mimicking being drunk. Always with the help of expert trainers, they have the opportunity to sit behind the wheel and "drive" along a road, as they do every day to go to work, pick up the kids from school or head to the beach. The difference is that, this time, a distraction, their blurred vision or lack of reflexes indeed has consequences: the car overturns or crashes into another vehicle. Even if it is a controlled and minor accident, everyone who has tried the simulator experience has the same

controlado, y leve, todos los que han vivido la experiencia del simulador coinciden en su reacción: salen impresionados y mucho más concienciados. A pesar de ir a una velocidad relativamente baja, el golpe o el vuelco no dejan a nadie indiferente. Y obligan a una reflexión: cómo habría sido en la realidad. ¿Y si hubieran chocado a la velocidad a la que normalmente conducen? ¿Y si hubieran olvidado ponerse el cinturón de seguridad? ¿Y si hubieran llevado a sus hijos pequeños en el asiento de atrás? Solo con pensar en esa posibilidad, muchos palidecen. «No, eso no puede pasar», se dicen. Pero sí, pasa. Y te puede pasar a ti.

Ambas experiencias, los testimonios reales y los accidentes casi reales, cumplen con creces su objetivo: que los empleados de Gonvarri tomen conciencia de los riesgos a los que se enfrentan cuando conducen de manera poco segura, así como de las consecuencias que una imprudencia puede tener para sus vidas y para las personas a las que quieren. Una jornada de seguridad vial de la que, desde luego, nadie sale igual que entró.

reaction: they get out impressed and much more aware. Despite traveling at a relatively low speed, the crash or rollover does not leave anyone indifferent. What if they had crashed at the speed at which they normally drive? What if they had forgotten to put their seat belts on? What if their young children were traveling as passengers in the back seat? Just thinking about that possibility turns many of them pale. "No, that can't happen," they say to themselves. But yes, it does happen. And it can happen to you.

Both experiences, the real testimonies and the almost real accidents, more than achieve their goal: to make Gonvarri's employees aware of the risks they face when driving unsafely, as well as the consequences that recklessness can have on their lives and on the people they love. Needless to say, no one ends the road safety day the same way they began it.



## Una sociedad un poco mejor

Los propios directivos de Gonvarri participan activamente en las jornadas, y animan a los empleados a la participación y a la reflexión. En ocasiones también comparten sus propias reflexiones y experiencias, su personal visión de la seguridad vial. Habitual, por ejemplo, es el testimonio de Juan Llovet, director de Comunicación y Sostenibilidad de Gonvarri e impulsor de Emotional Driving, quien lanza un mensaje de responsabilidad: «No somos conscientes del riesgo que asumimos cada vez que subimos a un coche, tanto para nuestros familiares como para otros conductores, y las consecuencias penales y civiles que podemos afrontar por haber tomado una copa de vino o por utilizar el teléfono móvil. El daño que podemos hacer es infinito.» Para Llovet es muy importante que seamos conscientes de este riesgo, pero igualmente es fundamental saber transmitirlo como un mensaje positivo.

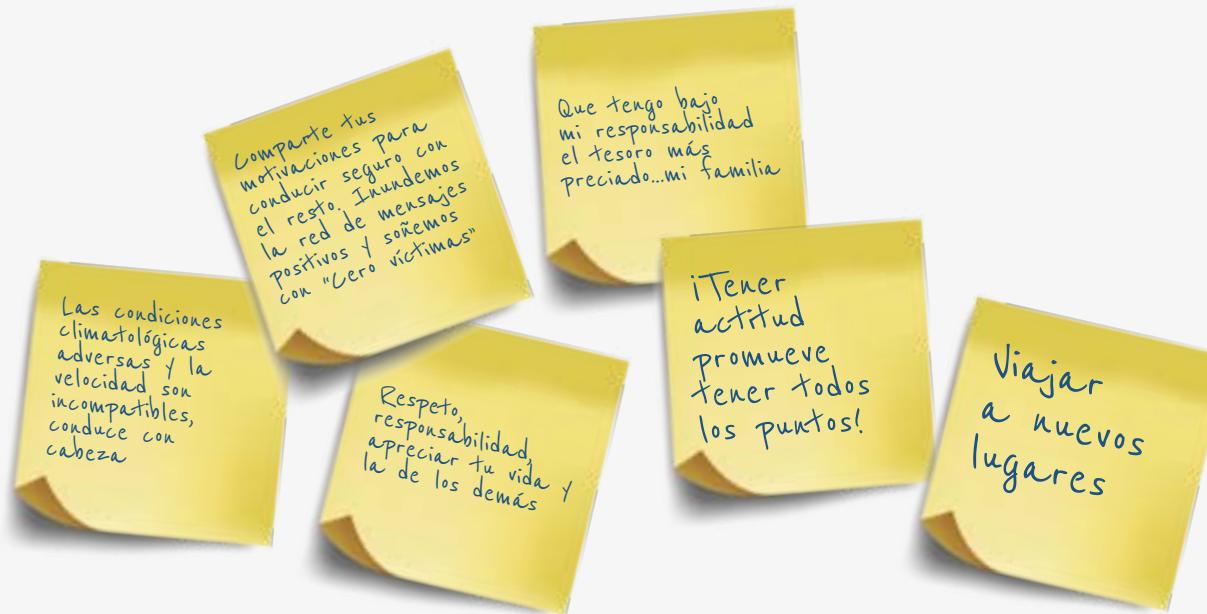
Por eso, también suele subrayar otro concepto esencial, como es el de respeto. «Respeto a las normas, respeto a nuestros conciudadanos, a nuestros compañeros de viaje.» Transcurridos cinco años desde el inicio del proyecto, Juan Llovet destaca las valiosas experiencias y reacciones que ha vivido, más allá de los números que miden el éxito del programa. «Una de las experiencias que más impresionan es cuando una persona que ha sido víctima de un accidente te mira a los ojos y te agradece el trabajo que estás haciendo. Eso emociona de verdad. Estamos orgullosos de lo que estamos haciendo».

## A slightly better society

Gonvarri's managers actively participate in the conferences, and encourage employees to participate and reflect. On occasions, they also share their own thoughts and experiences, their personal vision of road safety. For example, Juan Llovet, Gonvarri's Director of Communication and Sustainability, and a promoter of Emotional Driving, offers a message of responsibility: "We are not aware of the risk we take every time we get into a car, both for our relatives and for other drivers, and the criminal and civil consequences we may face for having had a glass of wine or for having used our mobile phone. The damage we can do is infinite." To Llovet it is very important for us to be aware of this risk, but it is equally important to know how to convey it as a positive message.

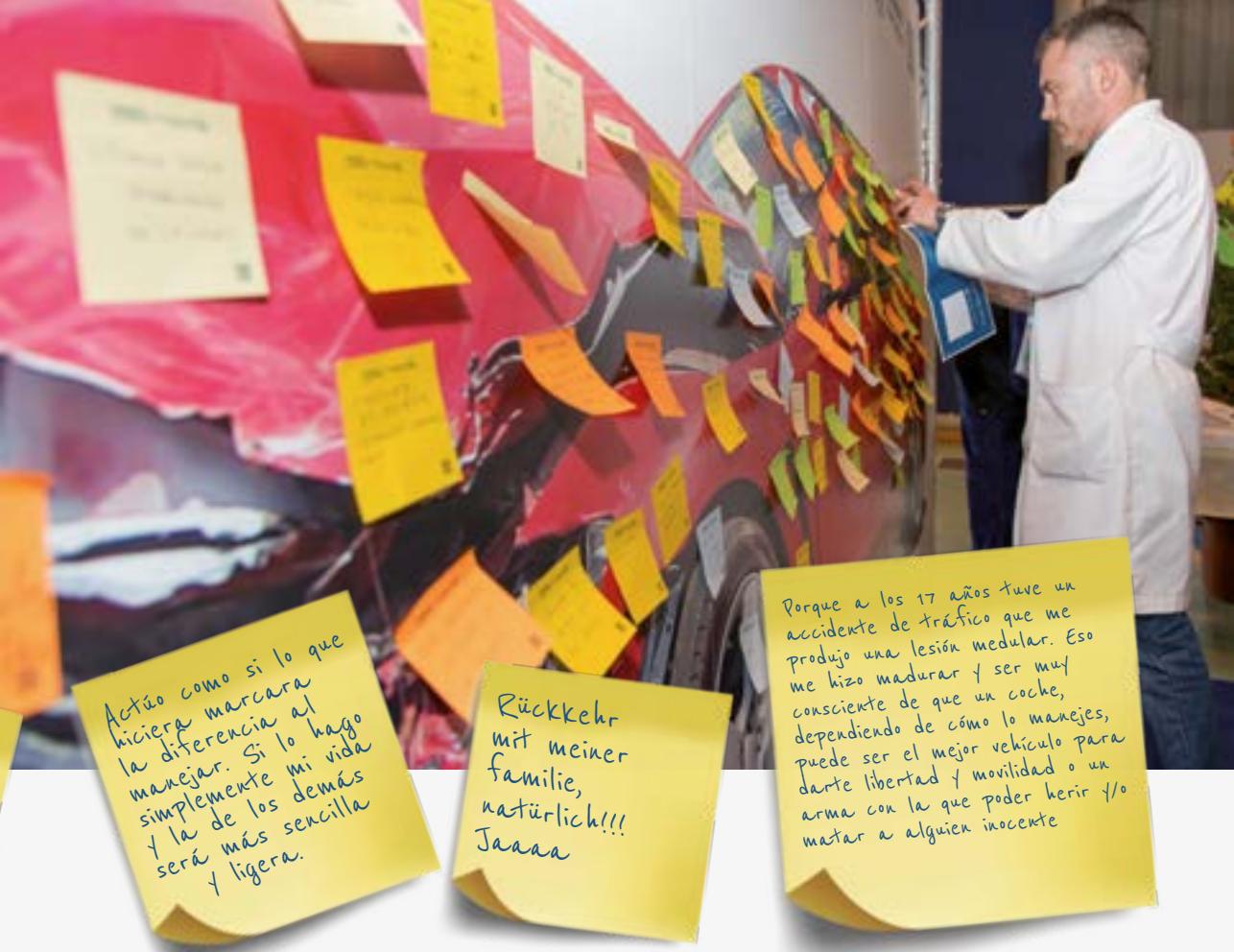
For this reason, he also tends to stress another essential concept, which is respect. "Respect for the rules, respect for our fellow citizens, our fellow travelers." Five years after the project began, Juan Llovet highlights certain valuable experiences and reactions that go beyond the numbers that measure the program's success. "One of the most impacting experiences is when a person who has been the victim of an accident looks you in the eye and thanks you for the work you are doing. That's truly moving. We are proud of what we are doing."

# ¿Qué te motiva a conducir seguro? What motivates you to drive safely?



Después de esta primera fase experiencial, de testimonios y vivencias, se abre un nuevo escenario más emotivo e íntimo, que viene a profundizar en esa motivación positiva que es la esencia del programa. Un reto, Emotional Driving Challenge, que plantea a los participantes una reflexión muy personal: "Y a ti, ¿qué es lo que te motiva a conducir de manera segura?" La pregunta es sencilla, directa al corazón, y la respuesta de cada uno, nacida del corazón, es compartida con los demás. Para ayudar a los participantes a conectar emocionalmente se les

This first experiential phase of testimonies and experiences is followed by a more emotional and intimate scenario aimed at strengthening the positive motivation that is the essence of the program. This is a challenge, the Emotional Driving Challenge, which poses a very personal reflection to the participants: "What motivates you to drive safely?" The question is simple, goes straight to the heart, and each person's answer, coming from their heart, is shared with the others. To help participants connect emotionally, the question is posed before a



plantea la pregunta ante una imagen impactante: un coche siniestrado, un cuadro de hierros retorcidos, cristales hechos pedazos... No hay personas a la vista, pero no es difícil situarse en ese escenario, imaginar que eres tú, o un familiar, o un amigo, quien puede haber sufrido el fatal accidente. Se trata de tomar conciencia de que también te puede pasar a ti, o a una persona de tu entorno. Y en ese contexto es cuando la pregunta que plantea Emotional Driving Challenge cobra pleno sentido: «¿Qué te motiva a conducir seguro?»

shocking image: a wrecked car, a picture of twisted iron, broken glass... There are no people in sight, but it is not difficult to place oneself in that scene, to imagine that it is you, or a family member, or a friend, who may have suffered the fatal accident. It is a matter of being aware that it can also happen to you, or to someone near you. And it is in this context that the question posed by the Emotional Driving Challenge becomes fully meaningful: "What motivates you to drive safely?"

Quiero ser un ejemplo para mi hijo

"Recuerda, en carretera contamos todos, tus decisiones son tan importantes como las de los demás."

Voltar com a minha família cara!!

Cada uno de los participantes, desde lo más íntimo, escribe su motivación en un post-it. Una respuesta breve y clara que a continuación todos pegan sobre la imagen del coche siniestrado. El resultado es contundente. Poco a poco la foto va quedando cubierta por los post-it. Cientos de mensajes que acaban ocultando la tragedia bajo un colorido puzzle de frases positivas, emotivas y cariñosas. Palabras escritas desde el corazón, la expresión sencilla y sincera de aquello que les motiva a conducir seguros, a seguir disfrutando de la vida. A veces basta una palabra ("familia", por ejemplo); otros mensajes están llenos de vitalidad: «Para seguir disfrutando de esta vida increíble!» También hay quien comparte el testimonio desgarrador tras haber vivido esta terrible experiencia de cerca:

Lo importante es disfrutar del camino antes de llegar al destino.

Seguir encajando las piezas de mi puzzle diario, familia, trabajo y deporte.

Para llegar a casa y abrazar a mi hijo.

A vida é  
maravilhosa

Ein  
Sonntagsgrill  
mit meinen  
Freunden

El poder despertar  
otro día más y  
realizar todas  
las actividades  
interesantes y  
divertidas que no me  
ha dado tiempo a  
realizar

«Perdí una amiga por no respetar la regla básica de la seguridad vial: el sentido común» El motivo más repetido, lógicamente, son los hijos y familiares, llegar a casa para abrazarlos con fuerza. Son mensajes positivos, gratificantes, llenos de esperanza, escritos desde el optimismo y el amor a la vida.

Este reto tiene un componente de concurso que es al mismo tiempo un acto solidario. Los empleados deben compartir sus motivos con el resto de compañeros, publicándolos para que todos puedan votar a todos, de manera abierta. Los puntos que obtenga cada mensaje son canjeados en euros por una donación colectiva destinada a AESLEME.

"I lost a friend because I didn't respect the basic rule of road safety: common sense". The most repeated reason is, of course, one's children and relatives, to arrive home to give them a strong hug. These are positive, gratifying messages, full of hope, written with optimism and love of life.

This challenge has a competitive component that is at the same time an act of solidarity. Employees must share their motives with their colleagues, publishing them so that everyone can vote for everyone else, in an open manner. The points obtained by each message are exchanged in euros for a collective donation to AESLEME.

Vivir una vida  
feliz y plena  
rodeado de mis  
seres queridos

La sonrisa de  
mis hijos me  
hace más feliz  
que contestar  
el celular

Ver a mis  
hijos y sobrinos  
crecer  
y hacerse  
mayores

## **Los roadshows traspasan las fronteras españolas**

Estas jornadas de seguridad vial se pusieron en marcha en las oficinas de Madrid y desde el primer momento la respuesta de los trabajadores fue increíble y estimulante. No importaba en qué departamento trabajaran, todos salieron conmovidos, concienciados y deseosos de hacer llegar estos mensajes a las personas a las que querían. «Tened cuidado en la carretera» querían decir a sus padres, a sus amigos, a sus hijos... Visto el nivel de aceptación y participación, Gonvarri decidió extender el programa al resto de sus fábricas, primero en España y luego en Europa y América del Sur. Y, además de los empleados de la empresa, se invitaba a participar a clientes, proveedores, socios y autoridades

## **The roadshows travel beyond Spain's borders**

These road safety days were launched in the Madrid offices and from the first moment the response from employees was incredible and stimulating. No matter which department they worked in, everyone went away moved, aware and eager to get these messages to the people they loved. They wanted to say "Be careful on the road" to their parents, their friends, their children... Given the level of acceptance and participation, Gonvarri decided to extend the program to the rest of its factories, first in Spain and then in Europe and South America. And, along with its employees, the company also invited customers, suppliers, partners and local authorities to participate, actively offering data



Roadshow de Gonvarri Colombia, en el Botánico de Medellín. 2018  
Gonvarri Colombia roadshow, at Medellín Botanic Garden. 2018

locales, que se involucraban activamente, ofreciendo datos y colaboración; además de participar en las diferentes actividades. La influencia de estas jornadas ha generado un importante impacto en todos los lugares en los que se han celebrado, lo que ha convertido a Gonvarri en un importante actor en materia de seguridad vial, y un ejemplo como empresa involucrada con sus empleados.

La experiencia de Marcus Brooks, director de compras de Steel & Alloy, resume lo que han vivido miles de trabajadores desde entonces, y que explica el éxito de estos *roadshows*. Su primera impresión, al participar en las jornadas de Hiasa, fue que se entraba de lleno en la seguridad vial, algo fundamental para alguien que recorre casi 50.000 kilómetros al año. La experiencia vivida gracias a Emotional Driving le ayudó a tomar conciencia de lo importante que es considerar todas las variables que entran en juego cuando nos ponemos al volante. Hay circunstancias que nosotros podemos controlar, como el estado del coche, la forma de conducir o la concentración al volante para evitar distracciones, pero también hay otros factores que escapan a nuestro control y que debemos tener siempre en cuenta, como las condiciones de la carretera o la climatología.

Sin embargo, Marcus confiesa que el impacto más profundo de esta jornada fue emocional. «Por desgracia, a los dieciocho años sufrió una experiencia similar a las que cuentan los testimonios. Mi mejor amigo, David, viajaba en el asiento de atrás del coche en una época en que los cinturones de seguridad no eran obligatorios.

and collaboration, as well as to take part in the different activities. The influence of these conferences has generated a significant impact in all the places where they have been held, making Gonvarri an important player in road safety, and an example as a company concerned with the well-being of its employees.

The experience of Marcus Brooks, Purchasing Manager at Steel & Alloy, summarizes what thousands of workers have experienced since then, and explains the success of these road shows. His first impression of participating in the Hiasa days was that they fully and thoroughly dealt with the issue of road safety, which is essential for someone who travels almost 50,000 kilometers a year. The experience of Emotional Driving helped him become aware of how important it is to consider all the variables that come into play when we get behind the wheel. There are circumstances that we can control, such as the state of the car, the way we drive or our concentration behind the wheel to avoid distractions, but there are also other factors that are beyond our control and that we must always take into account, such as road conditions or weather.

However, Marcus confesses that the most profound impact of this day was emotional. "Unfortunately, when I was 18 years old, I had an experience similar to the ones recounted in the testimonies. My best friend, David, was traveling in the back seat of the car at a time when seat belts were not compulsory. The car was involved in a severe collision and flipped over several times. David was expelled through



El coche se vio implicado en una fuerte colisión y dio varias vueltas de campana. David salió disparado por el parabrisas trasero.» Marcus no pudo visitar a su amigo hasta el día siguiente, y se lo encontró con la cabeza afeitada y una gran cicatriz que le cruzaba el cráneo como consecuencia de la intervención quirúrgica a la que había sido sometido. «Por suerte, David se recuperó por completo, pero a menudo me vuelven las intensas emociones que viví entonces.» Esos momentos tan difíciles son, sin duda, un estímulo para tomar todas las medidas que están en nuestras manos para evitar accidentes. «Sin duda, este es uno de los mensajes fundamentales que me llevo de mi experiencia con Emotional Driving.»

the rear windshield." Marcus was not able to visit his friend until the next day, and found him with a shaved head and a large scar across his skull from the surgery he had undergone. "Luckily, David made a full recovery, but often the intense feelings I experienced then hit me." Those difficult moments are certainly a strong motivation to take every possible measure to avoid accidents. "This is definitely one of the key messages I take away from my experience with Emotional Driving."

ir al índice  
go to index



## CAMPAÑAS CON MENSAJE POSITIVO

«Queremos ser tu cinturón de seguridad.» Este es el lema que Emotional Driving ha acuñado desde sus inicios y con el que salió en 2016 de las plantas de Gonvarri, con el propósito de llegar al máximo número de conductores en el conjunto de la sociedad. Dos años después de que se iniciara el programa, los trabajadores de Gonvarri eran plenamente conscientes de qué se jugaban al salir a la carretera, y la mayor parte de ellos habían incorporado a sus hábitos cotidianos medidas de seguridad básicas. Por ejemplo, dejar de lado el teléfono móvil al subir a un coche, sentarse al volante en la posición correcta o llevar los neumáticos en buen estado. Habían comprendido que estas pequeñas acciones, que tal vez puedan parecer intrascendentes, en realidad son capaces de salvar vidas en la carretera.

## CAMPAIGNS WITH A POSITIVE MESSAGE

“We want to be your seat belt.” This is the slogan coined by Emotional Driving from the start and with which it set out from the Gonvarri factories in 2016, with the aim of reaching the maximum number of drivers in society as a whole. Two years after the program began, Gonvarri’s employees were fully aware of what was at stake every time they drove on the road, and most of them had incorporated basic safety measures into their daily habits. For example, ignoring their mobile phones when they get into a car, sitting behind the wheel in the correct position or keeping their tires in good condition. They had understood that these small acts, which may seem inconsequential, are actually capable of saving lives.



Una vez que Emotional Driving estaba asentado entre el personal de Gonvarri, había llegado el momento de dar otro paso adelante. De manera espontánea, los propios trabajadores se habían convertido en embajadores del programa. De hecho, nunca han dejado de serlo: cuando se encuentran en una situación en la que pueden dar un consejo, deslizar un dato o compartir su propia experiencia, no desaprovechan la oportunidad; ya sea cuando visitan a un cliente, en las reuniones familiares, con sus amigos. Un efecto multiplicador que ha empezado concienciando al entorno más cercano de la empresa y que está extendiendo su influencia positiva a toda la sociedad.

Aprovechando la fuerza de este impulso, Emotional Driving decidió desarrollar una serie de acciones y campañas como vehículos para llevar esos mensajes positivos y motivadores, esa toma de conciencia, al mayor número de personas. Por ejemplo, una webserie con algunos testimonios reales de personas que han pasado por alguna situación traumática relacionada con la seguridad vial. Los hay escalofriantes, aunque con final feliz, como el de Sonia Prieto, que sufrió un grave accidente de tráfico estando embarazada y estuvo a punto de perder a su hija; hay testimonios valientes, como el de Martin Bernhard, quien confiesa que fue un mal conductor, aunque con el tiempo aprendió a valorar la importancia de una conducción segura.

En esta misma línea de historias contadas desde la emoción y la vivencia personal, se lanzaron diferentes vídeos online coincidiendo con las épocas del año con mayor número de desplazamientos en coche, momentos especialmente críticos para la seguridad vial como Semana

Once Emotional Driving was implanted in Gonvarri's workforce, the time had come to take another step forward. Spontaneously, the employees themselves had become ambassadors for the program. In fact, they have never stopped being so: when they find themselves in a situation where they can give advice, slip in a piece of information or share their own experience, they don't miss the opportunity; whether it's when they visit a client, at family gatherings, or with their friends. This is a multiplier effect that began by raising awareness in the company's immediate surroundings and is now extending its positive influence to the whole of society.

Taking advantage of the strength of this impulse, Emotional Driving decided to develop a series of actions and campaigns as a way to bring these positive and motivating messages, this awareness, to the greatest number of people. For example, a web series with real testimonies of people who have experienced a traumatic situation related to road safety. These include chilling accounts, albeit with happy endings, such as that of Sonia Prieto, who suffered a serious traffic accident while pregnant and almost lost her daughter; there are brave testimonies, such as Martin Bernhard's, who confesses that he was a bad driver, although over time he learned to value the importance of driving safely.

In this same vein of stories told from the perspective of emotion and personal experience, different online videos were launched coinciding with the times of year with the greatest number of car journeys, especially



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



Santa, Navidad o las fechas clave de verano. Campañas de concienciación que han obtenido numerosos premios y reconocimientos y que, mucho más importante, han sumado miles de visualizaciones en internet.

Otras iniciativas que se han llevado a cabo con éxito son la escuela de formación online, Emotional Driving School, que a través de prácticas píldoras audiovisuales informa de cómo conducir de forma segura; así como una aplicación para el móvil diseñada para sacar todo el partido al primer libro de Emotional Driving.

Se ha creado también una acción preventiva enfocada específicamente a los neumáticos. Una serie de contenidos informativos acerca de todo lo que se necesita saber sobre el estado, mantenimiento y revisión de este elemento clave en la conducción segura. Además, la acción incluía una campaña en colaboración con Michelin gracias a la cual los empleados de Gonvarri podían beneficiarse de la tecnología de escáner más avanzada para obtener una revisión de neumáticos gratuita e instantánea, en la propia sede de Gonvarri en Madrid.

critical moments for road safety, such as Easter, Christmas or the key summer dates. These are awareness-raising campaigns that have won numerous awards and recognition and, much more importantly, have gained thousands of views on the Internet.

Other successfully implemented initiatives include the online training school, Emotional Driving School, which uses practical audiovisual segments to inform viewers on how to drive safely; as well as a mobile application designed to make the most of the first Emotional Driving book.

A preventive action has also been created specifically focused on tires. This is a series of informative segments on everything you need to know about the condition, maintenance and revision of this key element in safe driving. Furthermore, this action included a campaign in collaboration with Michelin thanks to which Gonvarri's employees could benefit from the most advanced scanner technology to receive a free and quick tire check at Gonvarri's own headquarters in Madrid.



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



## La seguridad vial también es cosa de niños

Es una de las iniciativas más exitosas y emotivas incluidas en el programa Emotional Driving. La campaña parte de esa pregunta que es la base del programa y ante la que todos nos sentimos interpelados: «Y a ti, ¿qué te motiva a conducir seguro?». Analizando las respuestas obtenidas en los diferentes roadshows, en Gonvarri comprendimos que no hay mayor motivación para conducir de manera responsable y prudente que las reflexiones de nuestros propios hijos. Así, nació la campaña “La seguridad

## Road safety is also a child's business

It is one of the most successful and moving initiatives included in the Emotional Driving program. The campaign begins with the question that is the basis of the program and which challenges all of us: "What motivates you to drive safely?" Analyzing the answers obtained in the different road shows, at Gonvarri we understood that there is no greater motivation to drive in a responsible and prudent way than the thought of our own children. Thus, the campaign "Road safety is also a child's

vial también es cosa de niños". Esta vez son los propios hijos de los empleados de Gonvarri quienes envían a sus padres mensajes, a través del móvil, en los que les recuerdan cuánto les quieren, y lo importante que es que conduzcan con seguridad, antes de despedirse con un «Te quiero mucho, papá». Los padres reciben el mensaje al subirse al coche y quedan conmovidos. Con la emoción a flor de piel y los cinco sentidos puestos en la carretera, emprenden el camino de vuelta a casa, conscientes de lo que pueden perder a causa de una distracción. Lo que más quieren en el mundo. A sus hijos.

La campaña tuvo una gran repercusión y se vio recompensada con el Stevie de Plata en los International Business Awards en la categoría de Corporate Communication - PR Campaign, así como con el iNova Award de plata en la categoría de Vídeo de Responsabilidad Social Corporativa.

"business" was born. This time it is the children of Gonvarri's employees themselves who send their parents messages, via their mobile phones, reminding them how much they love them, and how important it is for them to drive safely, before they say goodbye with a "I love you very much, Dad". The parents receive the message when they get into the car and are moved. Deeply touched and with all five senses focused on the road, they set off on their way home, aware of what they may lose because of a distraction. What they love most in the world. Their children.

The campaign had a tremendous impact and was awarded with the Silver Stevie at the International Business Awards in the category of Corporate Communication - PR Campaign, as well as the Silver iNova Award in the category of Corporate Social Responsibility Video.



## #Gracias Camioneros, la "no" campaña de seguridad vial

La irrupción de la pandemia del COVID 19 escasas fechas antes de la Semana Santa hizo cambiar el mensaje de las habituales campañas emotivas de seguridad vial de Emotional Driving coincidiendo con los períodos del año en los que se produce un aumento de desplazamientos en coche. Ante la situación de confinamiento y cuarentena, <<Queremos ser tu cinturón de seguridad>> carecía de todo sentido recomendar a los conductores prudencia al volante, que condujeran con responsabilidad, puesto que no iban a desplazarse a ningún lugar.

## #Thanks Truck Drivers, the road safety no campaign

The outbreak of the COVID-19 pandemic, just before Easter, altered the message of Emotional Driving's traditional road safety campaigns, which coincide with the periods of the year when car travel generally increases. Given the scenario of confinement and quarantine, our "We want to be your seat belt" motto made no sense at all, as it was not the time to make these recommendations. There was no point in recommending that drivers should be careful at the wheel and drive responsibly as they were not going anywhere.



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



An aerial photograph showing a two-lane asphalt road curving through a dense green forest. A white truck with a blue cab is driving away from the viewer on the right lane. The surrounding area is filled with lush green trees and bushes.

#THANKS  
#GRACIAS

Pero mientras gran parte de la sociedad estaba en su casa sumando esfuerzos para vencer al virus, hubo personas que continuaron con su actividad profesional, haciendo que esta situación tan anómala fuera lo más normal posible.

Nos referimos a los camioneros, una parte muy importante de la cadena de valor de la compañía. Gonvarri tiene un compromiso ineludible con la seguridad vial de nuestros camioneros durante todo el año y, en este caso, con mayor motivo.

Así nació #Gracias Camioneros. Una campaña con la que Emotional Driving quiso agradecer la labor de este colectivo que llenó las vacías carreteras de España y del mundo a pesar de la situación tan complicada y difícil que vivimos.

#Gracias Camioneros es un reconocimiento a la valentía y la generosidad de estos profesionales por continuar ejerciendo su labor y seguir abasteciendo los supermercados de alimentos o las farmacias de medicinas. En otras palabras, por hacer que no nos faltaran bienes de primera necesidad durante el confinamiento en nuestros hogares.

Como dijo el filósofo Séneca, "la adversidad es ocasión de virtud". Ante esta gran adversidad, Emotional Driving hizo gala de una de sus mayores virtudes, la de agradecer. Pero también de la adversidad surge la unión y así nos lo reflejaron las redes sociales. La campaña #Gracias Camioneros, publicada en los perfiles corporativos de LinkedIn, Twitter o Facebook, tuvo una gran repercusión y numerosas organizaciones relacionadas con la seguridad vial, con el sector de la logística e incluso particulares se sumaron a este agradecimiento.

But, while a large part of the population stayed at home and joined forces to defeat the virus, there were people who continued with their professional activities, making this anomalous situation as normal as possible.

We are talking about the truckers, a very important part of the company's value chain. Gonvarri has an unavoidable commitment to the road safety of our truck drivers throughout the year, and on this occasion, even more so.

That's how the #Thanks Truck Drivers campaign came about. With this campaign, Emotional Driving wanted to thank the efforts of this community that filled the empty roads of Spain and the world, despite the very challenging and difficult situation we are experiencing.

#Thanks Truck Drivers is a recognition of the courage and generosity of these professionals for continuing to do their work and for continuing to supply our supermarkets and our pharmacies. In other words, for making sure that we are not short of basic necessities whilst we are confined to our homes.

As the philosopher Seneca once said, "adversity is an occasion for virtue". In the face of this great setback, Emotional Driving displayed one of its greatest virtues, that of gratitude. But from adversity, unity also arises, as was reflected on social networks. The #Thanks Truck Drivers campaign, published on our LinkedIn, Twitter and Facebook corporate profiles, had a great impact and many organizations linked with road safety or logistics, and even private individuals, joined us in this recognition.

#GraciasCamioneros fue compartido por la Dirección General de Tráfico (DGT), la Fundación AESLEME, PONS Seguridad Vial, STOP Accidentes o Seguridad Vital. Gracias a ellos y a otras organizaciones y particulares, este mensaje de agradecimiento se viralizó llegando a miles de personas

#Thanks Truck Drivers was shared by the National Department of Traffic (DGT), the AESLEME Foundation, and other organizations such as PONS Seguridad Vial, STOP Accidentes or Seguridad Vital. Thanks to them and to other organizations and individuals, this message of gratitude went viral, reaching thousands of people.

**Emotional Driving**  
475 MDP-00013  
8.638 - ②

Desde **#EmotionalDriving** agradecemos la labor de los camioneros en estos tiempos tan difíciles.

Mientras tanto estamos continuando en casa para devolver al **#Comunicares** a los camioneros continúan con su labor para hacerlos llegar bienes de primera necesidad.

•**Agradecemos camioneros, por seguir en la carretera.**  
•**Agradecemos camioneros, por llevar de alimento a los supermercados.**  
•**Agradecemos camioneros, por abastecer las farmacias con medicamentos.**  
**Agradecemos camioneros**



**Direc. Gen. Tráfico** ②  
@DGTR

A todos los **#camioneros** 🚛💡 que con vuestro trabajo y esfuerzo garantizáis que no nos falte nada esencial  
**¡GRACIAS! #actividadesesenciales** 👍

Desde **#EmotionalDriving** queremos agradecer la labor de los camioneros en estos tiempos tan difíciles. **#Gracias camioneros por seguir en la carretera**  
[youtu.be/wuJch7vNgUo](https://youtu.be/wuJch7vNgUo)...

101 p.m. - 4 abr. 2020 Twitter for Android

4 Retweets 171 Me gusta

**@eldebutrevisor**  
**Emotional Driving** @EmotionalDriving · 1 abr.  
Desde **#EmotionalDriving** queremos agradecer la labor de los camioneros estos tiempos tan difíciles. **#Gracias camioneros por seguir en la carretera**



**#Thanks truck drivers, the new Emotional Driving campaign**  
[youtube.com](https://youtube.com)

0 12 14 0 26 0 26 26

## Accede a LinkedIn Access to LinkedIn



**El mejor mensaje,  
como el mejor conductor,  
es el que llega.**



## **El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega**

Otra de las acciones que causó gran impacto fue el curso de conducción que se realizó en el Circuito del Jarama. Aunque todos los empleados de Gonvarri están expuestos a accidentes, son los comerciales los que acumulan más horas frente al volante. Por este motivo, fueron los trabajadores del departamento Comercial los elegidos para recibir un completo curso impartido por el RACE, al que se le añadió una importante misión: ejercer de embajadores de la seguridad vial ante el resto de la plantilla.

Antes de salir al circuito, a los participantes se les preguntó sobre la percepción que tenían de su propia conducción. En sus respuestas, destacaba como principal factor de riesgo la fatiga, algo comprensible para comerciales que pasan

## **The best message, like the best driver, is the one that reaches its destination**

Another action that had an enormous impact was the driving course held at the Jarama Circuit. Although all of Gonvarri's employees are exposed to accidents, the company's salespeople are the ones who accumulate the most hours behind the wheel. This is why the employees of the Sales Department were chosen to receive a complete course given by RACE, to which an important mission was added: to act as ambassadors of road safety to the rest of the staff.

Before leaving for the circuit, participants were asked about their perception of their own driving. In their answers, fatigue was highlighted as the main risk factor, something understand-

largas horas en la carretera. Respuestas como «Me paso la vida en el coche» eran habituales. Había quien citaba problemas específicos, como la molestia que le producen las luces al conducir de noche. Hubo también algún comentario sobre el móvil, que es normalmente percibido como un problema («Intento no utilizarlo»), pero inevitable («Lamentablemente sí, lo uso», «Reviso los mensajes y algún correo»). A pesar de todo, la mayoría de los comerciales de Gonvarri se veían a sí mismos como buenos conductores, y sabían argumentarlo con razones de peso: «Soy una conductora tranquila», «Llevo un montón de años conduciendo, y nunca he tenido un percance.» Solo una minoría admitía que había aspectos a mejorar, especialmente el uso del móvil en el coche.

dable for salespeople who spend long hours on the road. Answers like "I spend my life in the car" were common. Some cited specific problems, such as the discomfort caused by headlights when driving at night. Some comments also focused on the mobile phone, which is usually perceived as a problem ("I try not to use it"), but unavoidable ("Unfortunately, yes, I do use it", "I check messages and some emails"). In spite of everything, most of Gonvarri's salespeople saw themselves as good drivers, and they knew how to defend themselves with solid arguments: "I am a calm driver", "I have been driving for many years, and I have never had a mishap". Only a minority admitted there were areas for improvement, especially mobile phone use in the car.



Una vez respondidas las preguntas, se les invitó a subir a un coche y disfrutar del Circuito del Jarama, donde debían demostrar su pericia al volante en diferentes pruebas de habilidad, supervisados por profesionales. Aunque el día en cuestión no fue el ideal para conducir, ya que llovía y el asfalto estaba mojado. Una de las pruebas era, precisamente, enviar un mensaje con el teléfono móvil; un acto aparentemente sencillo, pero con el que todos los conductores se vieron en serias dificultades a la hora de mantener el trazado del circuito. Todos ellos, por cierto, conductores con una larga experiencia en conducción. Sin embargo, no hubo ninguna excepción. Todos tuvieron que admitir que les resultaba imposible conducir en aquellas condiciones, y enviar un mensaje por el móvil.

Después de esta experiencia, los conductores volvían a enfrentarse a la realidad a través de nuevas preguntas. Por ejemplo, qué habían aprendido. «Utilizar menos el móvil mientras conduzco, desde luego», «El móvil fuera del alcance mientras esté conduciendo». Muchos reconocían haberse sorprendido con situaciones en las que habitualmente no pensaban. Como lo importante que es llevar las manos en el volante de la manera adecuada, lo impactante que puede ser una frenada de emergencia o las posibilidades de seguridad que ofrecen los coches actuales y que no siempre aprovechamos. Sin embargo, todos llegaban a una conclusión similar. Y es que antes se consideraban buenos conductores y ahora se habían dado cuenta de que tenían mucho que mejorar.

Once they'd answered the questions, they were invited to get into a car and enjoy the Jarama Circuit, where they had to demonstrate their driving skills in different skill tests, supervised by professionals. This, despite the fact that the day in question was not ideal for driving, as it was raining and the asphalt was wet. One of the tests was, precisely, sending a message with their mobile phone; an apparently simple act, but one that caused all the drivers to have serious difficulties in maintaining the route of the circuit. They were all, by the way, drivers with lengthy experience in driving. And there were no exceptions. They all had to admit that it was impossible for them to drive in those conditions and at the same time send a message by mobile phone.

After this experience, further questions again forced the drivers to face reality. For example, what they had learned. "To use my mobile phone less while driving, of course." "To keep my mobile phone out of reach while driving." Many acknowledged that they had been surprised by situations they usually didn't think about. Like how important it is to keep your hands on the wheel properly, how shocking an emergency stop can be, or the safety options offered by today's cars that we don't always take advantage of. However, they all came to a similar conclusion. They used to think of themselves as good drivers and now they realize there are many areas where they need to improve.



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)

View the full campaign



El resultado fue tan impactante y significativo que se decidió utilizar el vídeo para una campaña de concienciación durante la Semana Santa. Este vídeo, que está colgado en internet, sigue recibiendo visitas día tras día y acumula miles de visualizaciones.

The result was so shocking and significant that it was decided to use the video for an awareness campaign during Easter. This video, which is posted on the internet, continues to receive visits day after day and has received thousands of views.



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



## En Navidad, olvídate del móvil al volante

Otro vídeo de gran impacto se lanzó durante la campaña de Navidad de 2017. A través de una conversación de WhatsApp, descubrimos que Javier regresa a casa el día de Navidad para celebrar las fiestas con sus padres y familiares, y trae una sorpresa para su madre. Se lo anuncia en el coche, mientras está conduciendo, y su madre se preocupa. Esa no es una actitud responsable, piensa. Javier le contesta que no tiene por qué preocuparse. No es él quien conduce, sino una persona muy especial: la sorpresa que le traía, su nueva pareja.

Ahora sí se ha cerrado la historia, y el vídeo termina con un mensaje que no puede ser más razonable y positivo, en la línea de Emotional Driving. Cada Navidad muchas personas se dejan la vida en las carreteras. Una de cada tres por el uso del móvil. El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega. En Navidad, olvídate del móvil al volante.

## At Christmas, forget about the mobile phone at the wheel

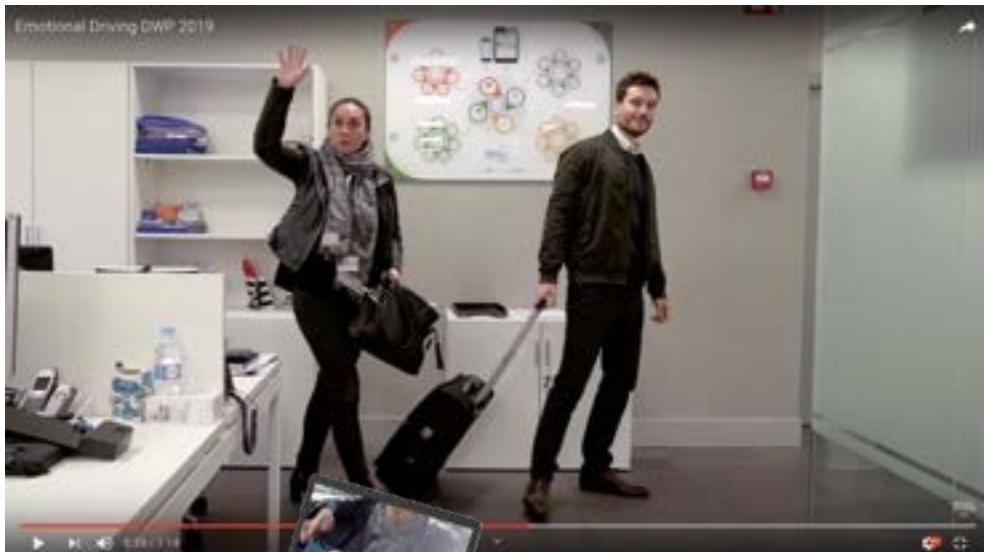
Another high impact video was launched during the 2017 Christmas campaign. Through a WhatsApp conversation, we learn that Javier is heading home on Christmas Day to celebrate the holidays with his parents and family and is bringing a surprise for his mother. He mentions this to her in the car, while he is driving, and his mother is concerned. That's not a responsible attitude, she says. Javier tells her she has nothing to worry about. He is not driving, but rather a very special person is: the surprise he is bringing her, his new partner.

Here the story comes to a close and the video ends with a message that could not be more reasonable and positive, in tune with Emotional Driving. Every Christmas many people die on the road. One out of three do so because of their mobile phones. The best message, like the best driver, is the one that reaches its destination. At Christmas, ignore your mobile phone you are driving.

El éxito del vídeo fue extraordinario. Antes del lanzamiento de la campaña fue compartido con el Comité Directivo de Gonvarri que, emocionado y motivado por su mensaje, lo compartió con su entorno más cercano. En poco tiempo la campaña había conseguido concienciar a cientos de personas. Tras su publicación en las redes sociales de Emotional Driving, el vídeo se viralizó llegando a miles de visualizaciones. Y no solo eso. Intrigada por el impacto que había causado, la empresa realizó un estudio seis meses más tarde, y descubrió que el vídeo había sido visto por el 30% de la población, una repercusión espectacular que había llegado mucho más allá del entorno de Gonvarri. Y de las previsiones más optimistas.

The success of the video was extraordinary. Before the launch of the campaign, it was shared with the Gonvarri Steering Committee, which, moved and motivated by its message, shared it with those closest to them. In a short time, the campaign managed to raise awareness among hundreds of people. After its publication on Emotional Driving's social networks, the video became viral, reaching thousands of viewers. And that's not all. Intrigued by the impact it had had, the company carried out a study six months later and discovered that the video had been seen by 30% of the population, a spectacular impact that had reached far beyond Gonvarri's immediate surroundings. And indeed, beyond the most optimistic forecasts.





Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



## Un uso responsable del móvil

«Gonvarri apuesta por la tecnología y la movilidad para ofrecerte un entorno de trabajo más ágil y colaborativo, dotándote de las mejores herramientas para el desempeño de tu trabajo, sacando lo mejor de ti. Tras un primer trimestre cargado de trabajo y retos ilusionantes, llega la primera pausa del año, la Semana Santa y, con ella, unos días libres que seguramente aprovecharemos para desconectar del trabajo. Por eso, en estas fechas, haz un uso responsable del móvil. No solo al volante, sino también cuando

## Responsible mobile phone use

"Gonvarri is committed to technology and mobility in order to offer you a more agile and collaborative work environment, providing you with the best tools to carry out your work, bringing out the best in you. After a first quarter full of work and exciting challenges, the first break of the year arrives, Easter, and with it, a few days off that we will undoubtedly take advantage of to disconnect from work. So, at this time of year, make responsible use of your mobile phone. Not only at the wheel, but also

estés con tus seres queridos, para que nada ni nadie te impida disfrutar de buenos momentos con ellos.» Estas eran las palabras de la campaña que Emotional Driving lanzó en Semana Santa de 2018, y que iba un paso más allá.

No se trataba tan solo de concienciar sobre el uso de la tecnología dentro del vehículo, sino también durante el tiempo libre. En efecto, a veces estas herramientas tan útiles y necesarias (móviles, tablets, portátiles) se vuelven en nuestra contra, y hacen que olvidemos algo fundamental, como es pasar más tiempo -y con más atención- con los nuestros. Esta campaña no solo lanzaba un mensaje persuasivo en este sentido, sino que además ofrecía un singular regalo: una caja para depositar los móviles al llegar a casa y desconectar de verdad de preocupaciones nada prioritarias.

when you are with your loved ones, so that nothing and nobody prevents you from enjoying good times with them". These were the words of the campaign that Emotional Driving launched at Easter 2018, and which went one step further.

It was not only focused on raising awareness about the use of technology inside the vehicle, but also during leisure time. In fact, sometimes these useful and necessary tools (mobile phones, tablets, laptops) turn against us, and make us forget something fundamental, such as spending more time - and more attention - on our loved ones. This campaign not only sent out a persuasive message in this regard, but also offered a unique gift: a box in which to deposit your mobile phone when you get home and thus really disconnect from non priority concerns.





## Webserie

### Cuatro historias de logros personales que cambiarán tu visión sobre la seguridad vial

Una de las campañas más impactantes de Emotional Driving ha sido la webserie creada para concienciar a los conductores de la necesidad de tener una actitud responsable al volante. Se basó en cuatro historias reales, contadas en primera persona, que no solo nos emocionan y convueven, sino que sobre todo nos obligan a reflexionar. Los testimonios de Sonia, Gustavo, Mar y los transportistas llegaron al corazón de decenas de miles de personas en todo el mundo.

## The web series

### Four stories of personal achievement that will change your views on road safety

One of Emotional Driving's most impressive campaigns has been the web series created to make drivers aware of the need for a responsible attitude behind the wheel. It was based on four true stories, told in the first person, which not only move us, but above all force us to reflect. The testimonies of Sonia, Gustavo, Mar and truck Drivers have touched the hearts of tens of thousands of people around the world.



EPISODIO EPISODE 1

# Experiencia Experience

Sonia Prieto

Sonia trabaja en Gonvarri desde hace dieciocho años. Sentada al volante de su coche nos explica que ese es el trayecto que hace todos los días para ir de casa al trabajo y del trabajo a casa. Su voz es firme, pero se percibe una emoción palpitante en sus palabras. Y entonces nos habla del accidente que sufrió hace unos años, cuando regresaba a su casa después de un día de trabajo, y en el que casi pierde a su hija pequeña, de la que estaba embarazada. Una experiencia traumática que, a pesar de todo, hizo que hoy valore mucho más todo lo que tiene y que viva más intensamente cada minuto.

Sonia has worked at Gonvarri for eighteen years. Sitting behind the wheel of her car, she explains that this is the route she takes every day to go from home to work and from work to home. Her voice is firm, but you can sense emotion in her words. And then she tells us about the accident she had a few years ago, when she was returning home from work, and in which she almost lost her little daughter, with whom she was pregnant. A traumatic experience that, despite everything, made her value much more what she has today and to live every minute more intensely.





# Vida Life

Gustavo Almela

Gustavo, a quien vemos en un primer momento postrado en la cama, necesita ayuda para bajar, asearse y subir a su silla de ruedas. Aunque eso no significa que no disfrute de la vida como cualquier otra persona, con sus lógicas limitaciones. Ejemplo de superación, Gustavo sufrió una lesión medular a los veintiún años y desde hace más de veinte se dedica a dar charlas para concienciar sobre la importancia de calcular los riesgos cuando conducimos un coche, entre ellos a los empleados de Gonvarri en los roadshows o a miles de jóvenes por toda la Comunidad de Madrid.



EPISODIO EPISODE 2



Gustavo, who we first see lying down, needs help getting out of bed, washing himself and getting into his wheelchair. This does not mean, however, that he does not enjoy life like any other person, albeit with its logical limitations. An example of overcoming, Gustavo received a spinal cord injury at the age of twenty-one and for more than twenty years has been giving talks to raise awareness on the importance of calculating risks when driving a car, including to Gonvarri employees at the roadshows, and to thousands of young people throughout the Community of Madrid.



# Ayuda Help

Mar Cogollos



EPISODIO EPISODE 3



Mar es otro maravilloso ejemplo de superación y motivación positiva. Fundadora y presidenta de AESLEME, se considera hoy más feliz que a los 25 años, edad a la que sufrió el accidente que la dejó postrada en una silla de ruedas. Ahí comenzó su nueva vida. Una vida plena "después del accidente" en la que ha hecho todo lo que se ha propuesto. Empezó a trabajar profesionalmente después del accidente, se ha casado después del accidente, ha tenido mellizas después del accidente... «Eso demuestra que quien quiere puede. Depende solo de la actitud, y yo me creo que puedo.»

Mar is another wonderful example of overcoming and positive motivation. Founder and president of AESLEME, she considers herself happier today than she was at the age of 25, when she suffered the accident that left her prostrate in a wheelchair. That's when her new life began. A full life "after the accident" in which she has done all the things she has set out to do. She started working professionally after the accident, was married after the accident, has had twins after the accident... "This proves that when there's a will there's a way. It only depends on the attitude, and I believe in myself."

# El lobo The wolf

Transportistas  
Truck Drivers



EPISODIO  
EPISODE 4



**Lo llaman "El lobo".** No es un animal, pero sí un peligro que está siempre acechante y ataca sin previo aviso, en un momento de debilidad, principalmente debido a la monotonía, el cansancio y la oscuridad.

Jaime Santa-María, coordinador de este capítulo y parte activa de Emotional Driving, ha podido comprobar de primera mano durante la grabación que "El lobo" existe y es peligroso. Es esa sensación incontrolable que todos hemos sufrido alguna vez cuando llevamos muchas horas al volante. Esa somnolencia que de manera casi imperceptible se apodera de nosotros y nos deja expuestos a un peligro inminente y real.

La defensa frente a este enemigo invisible parece sencilla y alude a la responsabilidad del conductor y al puro sentido común: el descanso. Detenerse, pasear un poco, tomarse un café, despejar la cabeza. Es un gesto sencillo, no requiere una habilidad especial. Solo ser consciente de lo que puede significar cerrar los ojos dos o tres segundos a 120 km por hora. Por eso, ante la mínima sensación de somnolencia, la mejor alternativa, la única, es parar y descansar durante unos minutos. Lo importante no es llegar un poco antes, sino llegar sano y salvo. El abrazo de la familia es la mejor recompensa.

**They call it "The Wolf".** It is not an animal, but a danger that is always lurking and attacks without warning, in a moment of weakness, mainly due to monotony, tiredness and darkness.

Jaime Santa-María, coordinator of this chapter and an active member of Emotional Driving, was able to verify first-hand during the filming that "The Wolf" exists and is dangerous. It is that uncontrollable feeling we have all had at times when we have been behind the wheel for many hours. That drowsiness that almost imperceptibly takes hold of us and leaves us vulnerable to an imminent and real danger.

The defense against this invisible enemy seems simple and refers to the responsibility of the driver and pure common sense: rest. To stop, to walk a little, to have a coffee, to clear your head. It is a simple act, it does not require special skill. Just to be aware of what it can mean to close your eyes for two or three seconds at 120 km per hour. Therefore, at the slightest hint of drowsiness, the best choice, the only choice, is to stop and rest for a few minutes. The important thing is not to arrive a little earlier, but to arrive safely. Your family's hug is the best reward.

## Un minuto más detrás de mí, una vida entera delante de ti

Como ya hemos señalado, los trabajadores de Gonvarri realizan más de diez millones de desplazamientos anuales en sus vehículos, pero esta cifra solo es la punta del iceberg de la actividad que genera la empresa. Además de los desplazamientos *in itinere*, de casa al trabajo y viceversa, que suponen el grueso de esta cifra, muchos empleados de Gonvarri también circulan por las carreteras como parte de su actividad profesional. Cada día salen de las fábricas de Gonvarri cientos de camiones cargados de piezas que recorrerán miles de kilómetros hasta realizar la entrega al cliente.

Un hecho que, en su compromiso por extender la seguridad a toda la cadena de valor de la compañía, Emotional Driving no podía obviar.

Nos encontramos ante un colectivo interno que todos los días se expone a los riesgos de la carretera: condiciones climatológicas adversas, muchas horas al volante, cargas muy pesadas, el sueño, la soledad... Los transportistas por carretera se convertían así, por derecho propio, en destinatarios del programa Emotional Driving.

La concienciación sobre su trabajo diario y los riesgos a los que se exponen en cada kilómetro recorrido fue uno de los primeros ejercicios de reflexión a los que se sometieron estos conductores profesionales. Emotional Driving desarrolló una inteligente campaña que los iba a convertir en los perfectos embajadores del programa de seguridad vial para que su mensaje se transmitiera exponencialmente.

## One more minute behind me, a whole life in front of you

As we have already pointed out, Gonvarri's workers make more than ten million journeys a year in their vehicles, but this number is only the tip of the iceberg of the activity generated by the company. In addition to commuting journeys *in itinere*, from home to work and vice versa, which make up the bulk of this figure, many Gonvarri employees also travel on the road as part of their professional activity. Every day, hundreds of trucks leave Gonvarri's factories loaded with parts that will travel thousands of kilometers before they are delivered to the client.

In its commitment to extend safety to the company's entire value chain, this is a fact that Emotional Driving could not ignore.

We are dealing with an internal collective that is exposed every day to the risks of the road: adverse weather conditions, many hours at the wheel, very heavy loads, sleep, loneliness... Truck drivers thus became, in their own right, recipients of the Emotional Driving program.

Awareness of their daily work and the risks they are exposed to on every kilometer they drive was one of the first exercises in reflection that these professional drivers underwent. Emotional Driving developed an intelligent campaign that would turn them into the perfect ambassadors of the road safety program so that their message would be transmitted exponentially.



Los conductores de camión se refieren al sueño como "El Lobo"  
Truck drivers refer to sleepiness as "The Wolf"

La idea era tan simple como brillante. Y efectiva. Utilizar la parte trasera del tráiler de los camiones, cubiertos con una lona especialmente diseñada para transmitir un mensaje crucial a los conductores que llevaba detrás, impacientes por adelantar: "Un minuto más detrás de mí, una vida entera delante de ti".

En mayor o menor medida, todos nos ponemos nerviosos cuando nos colocamos detrás de un camión de grandes dimensiones y con una carga pesada, sobre todo en carretera. Nuestra reacción es muy significativa de nuestra personalidad

The idea was as simple as it was brilliant. And effective. To use the back of the truck trailer, covered with a specially designed tarp, to convey a crucial message to the drivers behind it, eager to pass: "One more minute behind me, a whole life in front of you."

To a greater or lesser extent, we all get nervous when we find ourselves stuck driving behind a large truck with a heavy load, especially on the road. How we react reveals a lot about our personality at the wheel: with impatience or prudence, recklessness or responsibility. In other



al volante: impaciencia o prudencia, temeridad o responsabilidad. Esto es, adelantarla con prisa para quitarnos el peligro de encima cuanto antes y proseguir nuestro camino (y nuestra media de velocidad), o esperar el momento oportuno, realizando el adelantamiento cuando la situación, siempre bajo control, lo aconseje.

Este contundente mensaje, bien visible en la parte trasera de los camiones de Gonvarri, hace reflexionar al conductor sobre lo delicado de la situación, apelando a la calma, a la seguridad, a la prudencia; recordándole que no merece la pena perder la vida por un minuto más o menos, consecuencia de una decisión precipitada y peligrosa. Que además puede poner en riesgo otras vidas.

words, do we pass the truck in a hurry to be free of the danger as soon as possible and continue our journey (and our average speed), or do we wait for the right moment, passing the truck when the situation, always under control, makes this advisable.

This powerful message, which is very visible on the back of Gonvarri's trucks, causes drivers to reflect on the delicateness of the situation, appealing to calm, safety and prudence; reminding them that it is not worth losing one's life for a minute or so, as a result of a hasty and dangerous decision. What is more, such a rash act can also put other lives at risk.



Un minuto más  
detrás de mí,  
una vida entera  
delante de ti.

emotional  
driving

www.emotionaldriving.com

## Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Accidentes de Tráfico

El tercer domingo de noviembre es un día importante para todas las personas relacionadas con la seguridad vial. Es el día elegido para recordar a las víctimas de los accidentes de tráfico, millones de personas en todo el mundo que han perdido la vida o han sufrido alguna lesión grave en la carretera. Y recordar también a las familias y amigos que han sufrido por esas pérdidas. En un día tan emotivo y relevante, Emotional Driving tenía que estar presente. Y la mejor manera de hacerlo fue a través de un video, protagonizado por los trabajadores de Gonvarri.

Conscientes de la importancia de la conducción responsable, nos revelan una cifras dramáticas que nos llevan a reflexionar. Cada año, 1,3 millones de personas en todo el mundo pierden la vida en la carretera y alrededor de 40 millones resultan lesionadas. Son datos alarmantes que, sin embargo, podemos reducir con el compromiso de todos y cada uno de nosotros.

## World Day of Remembrance to Traffic Accident Victims

The third Sunday in November is an important day for everyone involved in road safety. It is the day chosen to remember the victims of road accidents, the millions of people around the world who have lost their lives or been seriously injured on the road. And to remember the families and friends who have suffered from these losses. On such an emotional and relevant day, Emotional Driving had to be present. And the best way to do this was through a video, starring Gonvarri's employees.

Aware of the importance of responsible driving, the employees share some dramatic numbers with us that lead us to reflect. Every year, 1.3 million people around the world lose their lives on the road and around 40 million are injured. These are alarming figures that we can, however, reduce through the commitment of each and every one of us.



También nos dan otros datos esperanzadores. Desde que echó a andar, hace cinco años, Emotional Driving trabaja en el día a día con sus empleados, y ha sido capaz de llegar del mismo modo al conjunto de la sociedad. A través de mensajes positivos, alentando a conducir con responsabilidad y siguiendo los valores personales de cada uno, no solo se llega a los conductores, también a sus familias, a los futuros conductores o a los colectivos más vulnerables.

El mensaje final es claro y contundente, y no puede dejar a nadie indiferente. La seguridad vial es responsabilidad de todos, solo uniendo fuerzas y compromiso podemos reducir las víctimas de accidentes de tráfico. «Y a ti, ¿qué te motiva a conducir seguro?» Sin duda, esa es la pregunta clave para evitar más accidentes en la carretera.

They also share with us other hopeful data. Since its start five years ago, Emotional Driving has been working on a daily basis with its employees, and has been able to reach out to society as a whole in the same way. Through positive messages, encouraging responsible driving and following the personal values of each individual, not only the drivers are reached, but also their families, future drivers and the most vulnerable groups.

The final message is clear and forceful, and cannot leave anyone indifferent. Road safety is everyone's responsibility; only by joining forces and commitment can we reduce the number of road accident victims. "What motivates you to drive safely?" This is undeniably the key question in order to prevent more accidents on the road.





## El estado de los neumáticos, siempre en óptimas condiciones

Como conductores, somos los responsables últimos del estado de nuestro vehículo. A todos nos gusta mantener el coche impoluto o disfrutar de un aire acondicionado que funcione a pleno rendimiento en los calurosos días de verano. Limpiamos el parabrisas para tener una óptima visibilidad, controlamos el nivel del aceite y siempre nos ponemos el cinturón de seguridad. Pero a menudo nos olvidamos de uno de los elementos que más influyen en el grado de seguridad de nuestro coche: los neumáticos.

Los neumáticos son nuestro punto de contacto con el asfalto, lo que permite avanzar al vehículo, sí, pero también lo que le permite girar, frenar, mantener la línea recta o darle estabilidad bajo una intensa lluvia. Incluso son un factor determinante en el consumo de combustible. Pero no son eternos, no duran siempre, ni se mantienen

## The condition of the tires, always in optimum condition

As drivers, we are ultimately responsible for the condition of our vehicle. We all like to keep our car spotless or enjoy a fully functioning air conditioner on hot summer days. We clean the windscreen for optimum visibility, check the oil level and always wear our seat belts. But we often forget one of the elements that most influences the degree of safety of our car: its tires.

Tires are our point of contact with the asphalt, which allows the vehicle to move forward, yes, but also allows it to turn, brake, maintain a straight line or provide it with stability in heavy rain. Tires are even a determining factor in fuel consumption. But they don't last forever, they are not eternal, and they don't always remain in perfect condition. As the kilometers pile up, their level of performance and safety declines. And if

siempre en perfecto estado. Con el paso de los kilómetros van perdiendo prestaciones y seguridad. Y si no se revisan convenientemente, y se renuevan cuando toca, pueden llegar a suponer un riesgo para nuestra seguridad.

Un tema lo suficientemente importante como para que Emotional Driving no lo dejara de lado. Sumando fuerzas con Michelin ideó una campaña de concienciación y mantenimiento dirigida a los empleados de Gonvarri. Una nueva experiencia de seguridad que se inició en la planta de Madrid y que consistía en un análisis exhaustivo de los neumáticos, realizado por los expertos de Michelin.

La gran novedad, lo que hizo de esta campaña algo especial, fue la tecnología de vanguardia utilizada para realizar ese análisis. Michelin colocó un innovador arco check&go a la entrada del parking de la sede de Gonvarri, por el que iban pasando los coches de los trabajadores, a su velocidad habitual, sin necesidad de detenerse, ni siquiera de disminuir la velocidad, el sistema escaneaba los neumáticos de cada vehículo de manera instantánea y realizaba automáticamente un informe detallado sobre su estado, que posteriormente llegaba al correo de cada empleado.

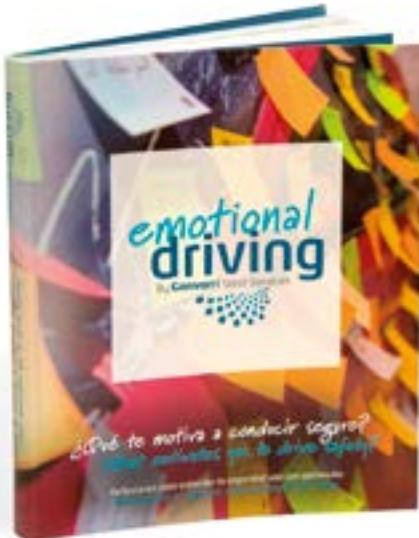
Tecnología, precisión y comodidad al servicio de la conducción segura para los empleados de la compañía. Y, una vez más, recordándoles —recordándonos— que todos los elementos influyen en la seguridad, y que olvidarnos de alguno importante puede anular las medidas de precaución que tomemos con el resto.

they are not properly checked, and replaced when it is time, they can become a risk to our safety.

A topic important enough for Emotional Driving not to neglect. Joining forces with Michelin, it devised an awareness-raising and maintenance campaign aimed at Gonvarri's employees. A new safety experience that began in the Madrid plant and consisted of an exhaustive analysis of tires, carried out by Michelin experts.

The great novelty, which made this campaign special, was the state-of-the-art technology used to carry out this analysis. Michelin placed an innovative check&go arch at the entrance to the car park at Gonvarri's headquarters, through which the workers' cars passed at their usual speed; without the need to stop or even slow down, the system scanned the tires of each vehicle instantly and automatically produced a detailed report on their condition, which was subsequently sent to each employee's email.

Technology, precision and comfort at the service of safe driving for the company's employees. And, once again, reminding them - reminding us - that all elements influence safety, and that forgetting one important element can nullify the precautionary measures we take with the rest.



## Reflexiones para entender la seguridad vial con optimismo

Ya hemos mencionado varias veces en páginas anteriores el libro *Emotional Driving: Reflexiones para entender la seguridad vial con optimismo*, publicado en 2016, y que sigue siendo un referente para las personas sensibilizadas con la seguridad vial. Es el momento de recordarlo con mayor detenimiento.

Un libro basado en testimonios personales, en reflexiones y experiencias sobre conducción y seguridad, de personas cercanas a Gonvarri. Sus más de doscientas páginas están divididas en cuatro secciones principales: el Proyecto, el Conductor, el Coche y la Carretera. En cada una de ellas, trabajadores y directivos de la empresa (incluyendo a los presidentes de Gonvarri y Gestamp), víctimas de accidentes y personas vinculadas con los distintos aspectos de la conducción o la seguridad vial contribuyen con su testimonio a desarrollar los diferentes puntos de Emotional Driving.

## Reflections to understand road safety with optimism

We have already mentioned several times in previous pages the book *Emotional Driving: Reflections to understand road safety with optimism*, published in 2016, and which continues to be a reference for people sensitized to road safety. It is time to remember it in greater detail.

A book based on personal statements, reflections and experiences on driving and safety, by people close to Gonvarri. Its more than two hundred pages are divided into four main sections: the Project, the Driver, the Car and the Road. In each of these sections, the company's workers and directors (including the presidents of Gonvarri and Gestamp), accident victims and people linked to different aspects of driving or road safety contribute with their testimony to develop the different points of Emotional Driving.



Carlos Sainz, nuestro flamante bicampeón del mundo de rallies y tricampeón del Dakar, nos habla de la necesidad de seguir apostando por la seguridad y por el sentido común al frente del volante, dentro de los circuitos de competición (en su caso), pero sobre todo fuera de ellos, en nuestro día a día. Algunos de los directivos de Gonvarri nos explican, por ejemplo, la apuesta por la seguridad vial que ha realizado la empresa desde sus inicios o su optimismo a la hora de ver un futuro no muy lejano en el que los accidentes de tráfico —o al menos los accidentes mortales— hayan quedado reducidos a cero. Igualmente se deja constancia de cómo el proyecto Emotional Driving no solo forma parte de esta apuesta por la seguridad de la compañía, sino también del modo en que se ha desarrollado el programa y los resultados que obtuvo en sus primeros años, y que son la razón de su

Cualquier acción en favor de la seguridad vial, de la prevención, de la concienciación, es bienvenida.

Any action in favor of road safety, of prevention, of raising awareness, is welcome.

Carlos Sainz, our outstanding two-time world rally champion and three-time Dakar champion, talks to us about the need to continue committing ourselves to safety and common sense at the wheel, on competition circuits (in his case), but above all, in our daily lives. Some of Gonvarri's directors tell us, for example, about the company's commitment to road safety since its inception or its optimism in seeing a not too distant future where road accidents - or at least fatal accidents - have been reduced to zero. A description is given of how the Emotional Driving project not only forms part of this commitment to safety

continuidad. Y, por supuesto, hay un espacio importante dedicado a los testimonios de víctimas de accidentes y de conductores que, por unas u otras razones, han cambiado su actitud al volante, y confiesan que ya nunca conducen sin pensar en las personas que más quieren.

Un libro hecho con dedicación y con intención, en el que la filosofía de Emotional Driving se despliega con todo su potencial.

*Emotional Driving: Reflexiones para entender la seguridad vial con optimismo* constituye un elemento importante y necesario para el proyecto, por la cantidad y la calidad de los consejos y experiencias que acumula en sus páginas, lecciones realmente enriquecedoras. Un buen libro para tener siempre a mano. Precisamente por este motivo, se ideó una fórmula para darle una vida más larga, más útil y con mayor alcance: una innovadora y sugerente aplicación para el móvil.

La nueva herramienta se lanzó en 2018 con una original campaña audiovisual. «¿Playa? ¿Montaña, quizás? ¿O mejor un destino urbano? ¡Es igual! Lo importante es que el verano ya está aquí. Unos merecidísimos días de vacaciones y desconexión para pasar en familia o con amigos que seguro todos vamos a aprovechar. Pero como es costumbre en estas fechas, se prevé un gran número de desplazamientos en coche. Los accidentes de tráfico siguen siendo una de las principales causas de mortalidad en el mundo. Y, lo que es peor, en la mayoría de los casos estos accidentes se podrían evitar, o al menos, minimizar sus consecuencias.»

in the company, but also the way in which the program has been developed and the results obtained in its first years, which are the reason for its continuity. And, of course, there is an important space dedicated to the testimonies of accident victims and drivers who, for one reason or another, have changed their attitude at the wheel, and confess that they never drive without thinking about the people they love most.

A book created with dedication and purpose, in which the philosophy of Emotional Driving is displayed with all its potential.

*Emotional Driving: Reflections to understand road safety with optimism* constitutes an important and necessary element of the project, due to the quantity and quality of the advice and experiences gathered in its pages, truly enriching lessons. A good book to always have at hand. Precisely for this reason, a formula was devised to give it a longer life, more useful and with greater scope: an innovative and suggestive application for the mobile phone.

The new tool was launched in 2018 with an original audiovisual campaign. "The beach? The mountains, maybe? Or perhaps an urban destination? It doesn't matter! What counts is that summer's here. A well-deserved vacation and some days to disconnect and spend time with family or friends. No question about it, we'll all take advantage of these days. But as usual at this time of year, a large number of trips by car are planned. Traffic accidents are still one of the main causes of death in the world. And, what's worse, in most cases these accidents could be avoided, or at least their consequences minimized".



Uno no puede imaginarse que algo de esto le pueda pasar a un ser querido, o a cualquier otra persona.

We don't imagine something like this ever happening to a loved one, or to any other person.

Este es el mensaje que acompañaba al lanzamiento de la aplicación de realidad aumentada del libro Emotional Driving. Una app disponible tanto para Android como para iOS, que da (todavía se puede descargar) una nueva dimensión y una nueva vida a ese primer volumen. Además de los testimonios y reflexiones de la versión original en papel, ofrece videos inéditos, contenidos interactivos e información complementaria sobre seguridad vial. Una muestra más de la fuerte apuesta de Gonvarri por la innovación, no solo en el desarrollo de sus productos, también a la hora de expandir los mensajes optimistas de Emotional Driving.

This is the message that accompanied the launch of the augmented reality application of the book Emotional Driving. An app available for both Android and iOS, which gives (and is still available for download) a new dimension and a new life to that first volume. In addition to the testimonies and reflections of the original paper version, it offers new, unpublished videos, interactive content and additional information on road safety. This is another example of Gonvarri's strong commitment to innovation, not only in the development of its products, but also in expanding the optimistic messages of Emotional Driving.

ir al **índice**  
go to **index**



## FORMACIÓN VIAL

Otro de los hitos de Emotional Driving es su escuela de educación vial online. A través de píldoras audiovisuales sobre los diferentes aspectos de la seguridad en la conducción, un experto en seguridad vial nos va indicando de forma clara y didáctica cómo debemos comportarnos cuando nos sentamos al volante de un vehículo. La educación vial es fundamental para la seguridad en las carreteras, y estos consejos son de enorme utilidad. Y están en nuestra mano. Llevarlos a cabo es nuestra responsabilidad, de nadie más. Lo que nos recuerda el experto es que todos debemos cuidar esos pequeños y sencillos detalles de la conducción, que pueden marcar la diferencia entre una conducción segura y un riesgo seguro.

## ROAD TRAINING

Another of Emotional Driving's milestones is its online road education school. By means of audiovisual segments on different aspects of safety when driving, an expert in road safety shows us in a clear and educational way how we should behave when we are behind the wheel of a vehicle. Road safety education is fundamental to road safety, and these tips are extremely useful. And they are in our hands. Carrying them out is our responsibility, no one else's. What the expert reminds us is that we should all be heedful of those simple little details of driving, which can make the difference between safe and unsafe driving.





## Neumáticos

Como hemos visto, los neumáticos son un elemento fundamental en la seguridad del vehículo. Un tema importante que nos recuerda también el experto de la escuela de conducción de Emotional Driving. Para complementar esas píldoras de conducción, Gonvarri diseñó un folleto con información y valiosos consejos sobre el uso, el control y el mantenimiento de los neumáticos. Para esta campaña contamos también con la colaboración de Michelin, que cedió dos expositores con diferentes tipos de neumáticos y una aplicación con la que los empleados podrían conocer sus características y diferencias.

## Tires

As we have seen, tires are a fundamental element in vehicle safety. It's an important topic, as the expert from the Emotional Driving School also reminds us. To complement these driving segments, Gonvarri designed a brochure with information and valuable tips on the use, control and maintenance of tires. For this campaign we also had the collaboration of Michelin, which provided two displays with different types of tires and an app that allowed employees to learn more about their characteristics and differences.



## Posición al volante

Nuestra posición cuando nos sentamos al volante es otro aspecto fundamental a tener en cuenta si queremos ser conductores más seguros. Lo primero es regular la altura del asiento: debe ser lo más baja que permita nuestra estatura. Esto nos ofrece dos grandes ventajas: en primer lugar, bajamos el centro de gravedad, obtenemos menos sensación de movimiento y, así, somos capaces de percibir antes los movimientos transversales del coche. Y en segundo lugar, y más importante, educamos la vista para mirar lejos. En la conducción es muy importante tener un campo visual muy profundo.

## Position at the wheel

Our position when we sit behind the wheel is another fundamental aspect to take into account if we want to be safer drivers. The first thing is to adjust the height of the seat: it must be as low as our height will allow. This has two major advantages: firstly, we lower our center of gravity, we are less subject to the sensation of movement and are thus able to perceive the car's transverse movements earlier. And secondly, and more importantly, we educate our eyes to look in the distance. When driving, it's very important to have a very deep visual field.

## Reducir la distancia de frenado

El formador de Emotional Driving también nos explica a través de sus píldoras de conducción cómo reducir la distancia de frenado. Todos, en alguna ocasión, hemos tenido que frenar de forma brusca ante una situación de emergencia. La forma más efectiva de detener un vehículo que disponga de ABS, nos explica nuestro experto, es pisar el freno a fondo con la máxima fuerza que se pueda ejercer durante toda la frenada y hasta que el vehículo esté detenido por completo. Al mismo tiempo, debemos pisar el embrague para eliminar el empuje del motor, y así reducir en un 6% la distancia de frenado.

## Reducing the braking distance

The Emotional Driving expert trainer also explains to us through his driving segments how to reduce the braking distance. All of us, on some occasions, have had to brake abruptly in an emergency situation. The most effective way to stop a vehicle with ABS, our expert explains, is to apply the brakes as hard as possible throughout the braking and until the vehicle comes to a complete stop. At the same time, we must press down on the clutch to eliminate engine thrust, and thus reduce the braking distance by 6%.





## Manejo al volante

El volante es el elemento a través del cual manejamos el vehículo y, por tanto, uno de los principales puntos de control y de responsabilidad que debemos conocer y cuidar. Pero, como nos recuerda nuestro instructor, muchas veces no lo hacemos de forma correcta. La técnica para adaptar bien nuestra posición al volante es clave, así como la colocación de las manos o la posición de nuestros brazos. Por ejemplo, para controlar mejor el vehículo, para evitar el cansancio de los brazos o para reaccionar rápidamente ante una situación inesperada.

## Seguridad pasiva

Los coches evolucionan a gran velocidad, cada modelo que llega al mercado incluye más prestaciones, más detalles, más comodidad, diseños más ergonómicos... Por supuesto, también se han incrementado enormemente los sistemas de seguridad pasiva (los que lleva el vehículo). Elementos que debemos conocer bien para optimizar su rendimiento y potenciar nuestra seguridad. Y que a veces no tenemos en cuenta. La colocación del reposacabezas, el cinturón de seguridad o las propias ventanillas del coche son algunos de estos elementos que no siempre usamos bien y que el instructor nos enseña cómo usar correctamente.

## Driving

The steering wheel is the element with which we steer the vehicle and, therefore, one of the primary points of control and responsibility with which we must be familiar and care for. But, as our instructor reminds us, we often do not do this properly. Our sitting position at the wheel is essential, as well as the placement of our hands and the position of our arms. For example, to better control the vehicle, to avoid arm fatigue or to react quickly to an unexpected situation.

## Passive safety

Cars evolve very fast, each new model that arrives on the market includes more features, more details, more comfort, more ergonomic designs... Of course, there has also been a huge increase in passive safety systems (those incorporated into the vehicle). These are elements we must know well in order to optimize their performance and enhance our safety. And that sometimes we do not take into account. The placement of the headrest, the seat belt or the car windows themselves are some of these elements that we do not always use well and that the instructor teaches us how to use correctly.



## La tecnología móvil como instrumento de seguridad

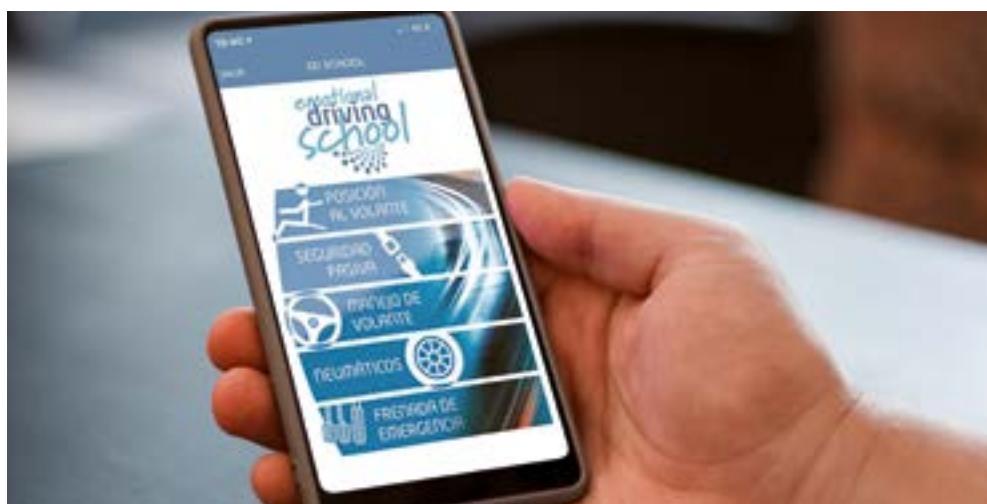
Emotional Driving ha apostado durante estos cinco años por la tecnología más avanzada para transmitir su mensaje a través de nuevos canales que amplifiquen su alcance y potencien su eficacia y adaptabilidad. Los contenidos audiovisuales tienen una enorme aceptación entre los empleados de Gonvarri, y el canal más utilizado para llegar a ellos es el teléfono móvil. Una herramienta que les permite acceder cómodamente a estos vídeos formativos y a otros muchos contenidos de Emotional Driving, y consultarlos cuando lo necesiten, en cualquier momento y en cualquier lugar.

El móvil es, pues, un instrumento de seguridad tremadamente eficaz y versátil. Un aliado fiel de Emotional Driving y de los conductores. Eso sí, solamente cuando no están conduciendo.

## Mobile technology as a safety tool

Over the course of these five years Emotional Driving has committed itself to the most advanced technology to transmit its message through new channels that amplify its reach and enhance its effectiveness and adaptability. Audiovisual content is widely accepted among Gonvarri's employees, and the most widely used channel to reach them is the mobile phone. This is a tool that allows them to comfortably access these training videos and many other Emotional Driving contents, and to consult them whenever they need to, at any time and place.

The mobile phone is therefore a tremendously effective and versatile safety tool. A faithful ally of Emotional Driving and drivers. But only when they are not driving.



ir al **índice**  
go to **index**



EMOTIONAL DRIVING

# Conductores motivados Motivated drivers

La seguridad vial también es cosa de niños  
Road safety is also a matter for children



**18.000**

niños de 9 a 16 años  
children aged 9 to 16



**+100**

colegios y centros educativos  
schools and educational centers



**+15.000**

participaciones: mensajes, dibujos...  
participations: messages, drawings...



**+1.000**

beneficiarios con capacidades diferentes  
beneficiaries with different capacities

Alianza con / Partnership with





¿Hay algo que nos motive más a conducir de manera segura y responsable que las reflexiones de nuestros propios hijos y familiares?

Is there anything that motivates us more to drive safely and responsibly than the thoughts of our own children and family?



## CONDUCTORES MOTIVADOS MOTIVATED DRIVERS

Emotional Driving aspira a concienciar a los más jóvenes en seguridad vial y, además, a convertirlos en los mejores embajadores para que motiven a sus padres a conducir de forma responsable y segura.

*Emotional Driving aims to raise awareness of road safety among young people and make them the best ambassadors to motivate their parents to drive responsibly and safely.*

Los niños, además de ser los futuros conductores, también son la mejor motivación para que sus padres conduzcan de manera responsable. Dos razones de peso para tener un papel protagonista en Emotional Driving, que desarrolló una campaña específica para ellos. En un primer momento las acciones se centraron en los hijos pequeños —entre 9 y 12 años— de los empleados de Gonvarri durante el transcurso de jornadas de puertas abiertas en las plantas de la compañía. El éxito de la iniciativa nos llevó a buscar la forma de llegar al máximo número de niños posible, más allá de la familia Gonvarri. De modo que Emotional Driving unió fuerzas y compromiso con AESLEME, con el Ayuntamiento de Pozuelo y con la Fundación Real Madrid para crear diferentes campañas de formación y sensibilización dirigidas a los niños.

Children, besides being the future drivers, are also the best motivation for their parents to drive responsibly. These are two compelling reasons to play a leading role in Emotional Driving, which developed a campaign specifically for them. Initially, the actions focused on the young children -between 9 and 12 years- of Gonvarri's employees during open house days at the company's factories. The success of the initiative led us to look for ways to reach as many children as possible, beyond the Gonvarri family. So Emotional Driving joined forces and commitment with AESLEME, the Pozuelo City Council and the Real Madrid Foundation to create different training and awareness campaigns aimed at children.

En poco más de dos años estos proyectos a tres bandas han llegado a más de 18.000 niños y jóvenes, que han recibido el mensaje de Emotional Driving sobre seguridad vial y responsabilidad al volante desde una perspectiva positiva y motivacional. La idea que mueve las campañas es que estos niños son la mejor conciencia, el Pepito Grillo de sus padres a la hora de recordarles esos valores básicos de seguridad que han aprendido gracias a Emotional Driving; lecciones que, además, aplicarán dentro de unos años, cuando les toque ponerse al volante de su propio coche.

Es un hecho, que hemos constatado en Emotional Driving a lo largo de estos años, que no hay mejor conductor que aquel que está motivado por sus propios hijos.

In just over two years these three-pronged projects have reached over 18,000 children and young people, who have received Emotional Driving's message about road safety and responsibility at the wheel from a positive and motivating perspective. The idea behind the campaigns is that these children are the best appeal to conscience; their parents' Jiminy Cricket when it comes to reminding them of those basic safety values they have learned thanks to Emotional Driving; lessons that, moreover, the children themselves will apply in a few years' time, when it is their turn to get behind the wheel of a car.

It is a fact, which we have confirmed at Emotional Driving over these years, that no better driver exists than the one who is motivated by his own children.

ir al índice  
go to index



## FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

### EDSchool

Emotional Driving y AESLEME apuestan por contenidos y mensajes adaptados al momento de crecimiento vital, de modo que los niños reciben una determinada formación en función de su edad. Esta educación incorpora aspectos técnicos de la seguridad vial y también apela a las emociones y la propia conciencia de los niños. Así, a través de su programa Te Puede Pasar, AESLEME forma y educa a los jóvenes en materia de seguridad vial y les transmite, entre otros principios, que no deben cruzar nunca los semáforos cuando están en rojo, que deben advertir a sus padres que no pueden mirar el móvil mientras conducen o que nunca han de salir a la calle en bicicleta si no es en compañía de sus padres o un adulto responsable, y siempre con las protecciones y precauciones necesarias.

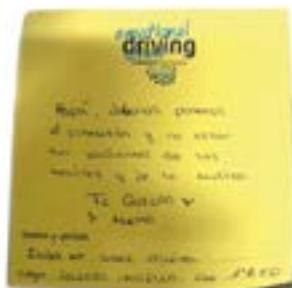
Esta formación es impartida por personas que han sufrido accidentes de tráfico o cuya actividad profesional es socorrer y ayudar a las víctimas. Hombres y mujeres con secuelas graves que cuentan su experiencia y también cómo han

## TRAINING AND AWARENESS

### EDSchool

Emotional Driving and AESLEME are committed to contents and messages adapted to the moment of a child's growth, so that children receive specific training according to their age. This education incorporates technical aspects of road safety and also appeals to the children's emotions and their own conscience. Thus, through its program Te Puede Pasar (It Can Happen to You), AESLEME trains and educates young people in road safety and instructs them, among other principles, to never cross red traffic lights, to warn their parents not look at their mobile phones while driving, and to never bike on the street unless accompanied by their parents or a responsible adult, and always with the necessary protection and precautions.

This training is given by people who have been in traffic accidents or whose professional activity is to help and assist victims of traffic accidents. Men and women with serious injuries who share their experience and also tell how they have moved on; firefighters and police officers who explain how they feel about





seguido adelante; bomberos y policías que explican lo que sienten al asistir a una víctima de un siniestro grave. Aunque estos testimonios se adaptan a lo que puede asimilar un niño, no dejan de tener un potente impacto en los pequeños. Para la mayoría de ellos es la primera vez que se encuentran frente a frente con la cara más oscura de la carretera, y eso tiene un fuerte impacto emocional. De pronto comprenden que ir en coche no es solo un desplazamiento normalmente divertido y en familia, sino que también implica importantes riesgos.

Una vez que han asimilado estos conceptos, EDSchool les invita a reflexionar y a recapacitar. Se les entrega un folleto con información sobre el programa de seguridad vial de Gonvarri y con un post-it en blanco. Tras los impactantes testimonios tienen las emociones muy vivas y es el

assisting a victim of a serious accident. Although these testimonies are adapted to what a child can take, their impact is still very powerful for them. For most children, it is the first time they come face to face with the darkest side of the road, and this has a strong emotional impact on them. Suddenly they understand that driving is not only a normal and fun family trip, but that it also involves significant risks.

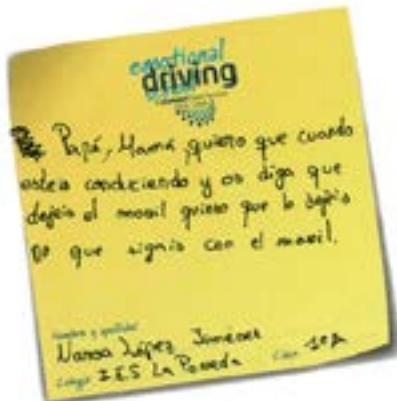
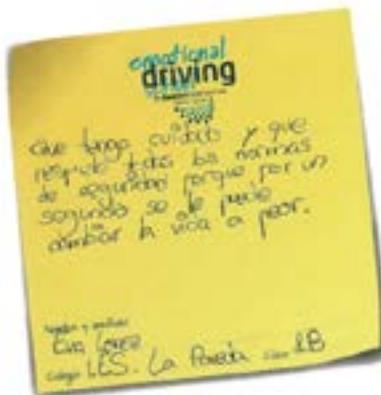
Once they have assimilated these concepts, EDSchool invites them to reflect and rethink. They are given a brochure with information on Gonvarri's road safety program and a blank post-it. After the powerful testimonies, their feelings are stirred up and this makes it the ideal moment to express, in their own words, what they would say to their parents to make them drive safely.

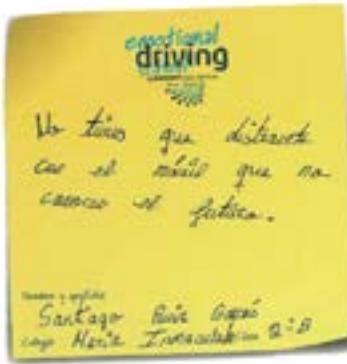


momento idóneo para plasmar, con sus propias palabras, qué es lo que dirían a sus padres para que conduzcan de manera segura.

Todos se hacen una pregunta inevitable: ¿Qué les puede pasar a sus padres si no conducen de una manera responsable? Es importante que los niños se planteen cuestiones como esta, pero también que puedan compartirlo con sus padres. De ahí que EDSchool haya impulsado una iniciativa para hacerles llegar la preocupación de sus hijos: el Concurso de Mensajes de Seguridad Vial EDSchool. Esta iniciativa se ha celebrado en cientos de colegios en toda la Comunidad de Madrid, y tiene como objetivo dar la palabra a los futuros conductores para que motiven a sus padres.

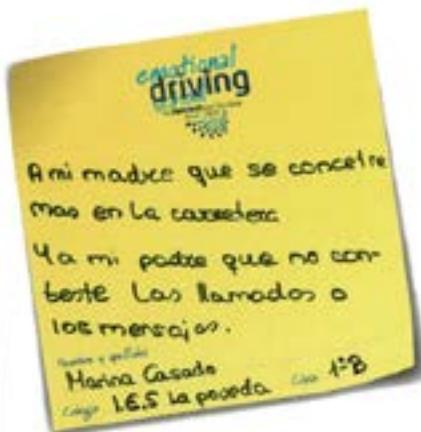
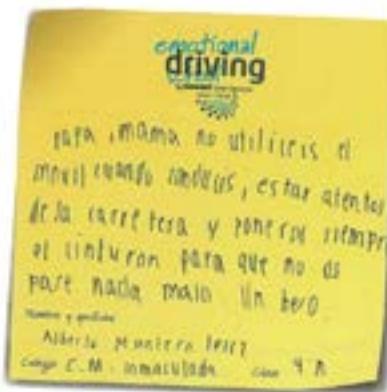
They all ask themselves the inevitable question: What might happen to their parents if they don't drive responsibly? It is important for children to ask questions like this, but also to be able to share them with their parents. That is why EDSchool has launched an initiative to make parents aware of their children's concerns: the EDSchool Road Safety Message Contest. This initiative has been held in hundreds of schools throughout the Community of Madrid, and aims to give future drivers the chance to motivate their parents.





La acción se desarrolla en clase. Cada niño escribe su mensaje y luego se ponen en común y se decide cuál debe representar a su clase en el concurso. Hay mensajes realmente emotivos, y todos cumplen su objetivo, sin duda. Eso es lo importante. Pero, como en todo concurso, tiene que haber un ganador. El primero fue el mensaje de Pablo, alumno de 4º de Primaria en el colegio San Juan Bautista: «Mamá, papá, ya sé que esto no depende solo de nosotros, pero colaboremos, ya que vale más perder un minuto de la vida que la vida en un minuto».

The action takes place in class. Each child writes his or her message and then they get together and decide which one should represent their class in the competition. Some messages are truly emotional, and they all unquestionably achieve their goal. That is what really matters. But, as in any contest, there has to be a winner. The first place went to a message from Pablo, a 4<sup>th</sup> grade student at San Juan Bautista School: "Mom, Dad, I know this doesn't depend only on us, but let's work together, because it's better to lose a minute of one's life than one's life in a minute."



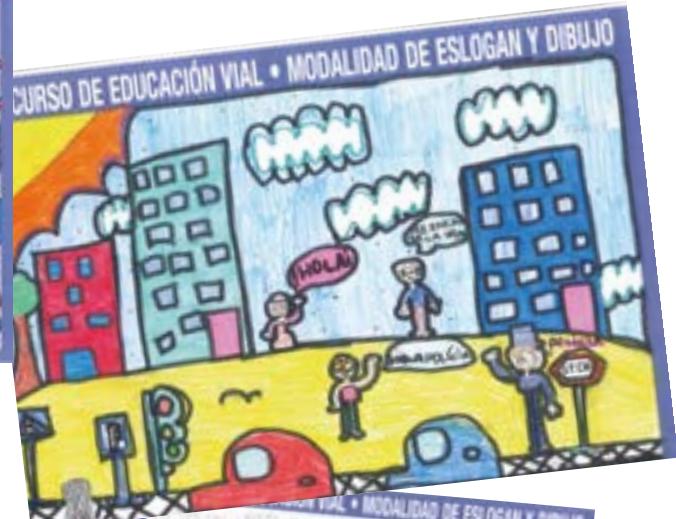


## Concurso Infantil de Seguridad Vial

Otro evento importante de cara a concienciar a los niños sobre una conducción responsable es el Concurso Infantil de Seguridad Vial de Pozuelo de Alarcón, organizado por la Policía Local y con el patrocinio de Emotional Driving y AESLEME, entre otras entidades. Alumnos de 15 centros de la localidad —tanto concertados, como públicos y privados— presentaron propuestas en cuatro categorías: Dibujo, Eslogan, Maquetas y Mensajes de WhatsApp de Seguridad y Movilidad Vial. Tienen una temática común: «Tus señales emocionales para mejorar la seguridad vial». Y un objetivo: promover actitudes, hábitos y valores viales entre los alumnos de Educación Infantil y Bachillerato. La alcaldesa de Pozuelo de Alarcón, Susana Pérez Quislant, valoró muy positivamente la iniciativa. «Que tengan unas

## Children's Road Safety Competition

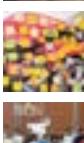
Another important event to raise awareness among children about responsible driving is the Children's Road Safety Competition in Pozuelo de Alarcón, organized by the local police and sponsored by Emotional Driving and AESLEME, among others. Students from 15 schools in the town -both public and private- submitted proposals in four categories: Drawing, Slogans, Models and WhatsApp Messages on Road Safety and Mobility. They shared a common theme: "Your emotional signs to improve road safety". And one objective: to promote attitudes, habits and road values among Primary and High School students. The mayor of Pozuelo de Alarcón, Susana Pérez Quislant, valued the initiative very positively. "The fact that the numbers are so impressive, with the participation of hundreds of students and the



cifras tan impresionantes como una participación de cientos de alumnos y una realización de miles de trabajos y que sigan cumpliendo años, significa que nuestro compromiso con la Educación Vial es un asunto que cuenta con el respaldo de la comunidad educativa y de las familias de Pozuelo», señaló. La primera edil también destacó los trabajos de los alumnos, «reflexiones cargadas de mensaje que nos ayudan a avanzar, gracias a vuestro talento y a vuestra imaginación en la puesta en marcha de iniciativas que nos hagan mejores peatones y mejores conductores».

completion of thousands of projects, and that they continue to be staged year after year, demonstrates that our commitment to Road Safety Education has the support of the educational community and the families of Pozuelo”, she said. The mayor also highlighted the work of the students: “your reflections filled with meaning, help us move forward, thanks to your talent and your imagination, in the implementation of initiatives that make us better pedestrians and better drivers”.

ir al índice  
go to index



## COLECTIVOS CON CAPACIDADES DIFERENTES

Como hemos visto en repetidas ocasiones a lo largo de este libro, para llevar su mensaje y sus valores al mayor número de personas, en distintos ámbitos de la sociedad, Emotional Driving ha buscado siempre a los mejores socios colaboradores. En el caso del colectivo de personas con capacidades diferentes, Gonvarri va del brazo de la Fundación Real Madrid. Una entidad cuya misión es construir puentes de cooperación entre la sociedad y los chicos y chicas con discapacidad intelectual. Como señala su presidente, Julio González Ronco, se trata de que reciban formación en valores desde la práctica deportiva; valores como el respeto, la autonomía o la seguridad vial.

## GROUPS WITH DIFFERENT CAPACITIES

As we have seen repeatedly throughout this book, in order to bring its message and values to the greatest number of people, in different areas of society, Emotional Driving has always sought out the best collaborating partners. In the case of people with different abilities, Gonvarri is part of the Real Madrid Foundation. An entity whose mission is to build bridges of cooperation between society and boys and girls with intellectual disabilities. As its president, Julio González Ronco, points out that it is a matter of training them in values through the practice of sports; values such as respect, autonomy or road safety.





En escuelas especiales, realizan sesiones de fútbol inclusivo y de baloncesto adaptado que contribuyen a introducir conceptos complementarios a la práctica deportiva. La formación integral a través del deporte. Yendo un paso más allá, la Fundación Real Madrid se ha aliado con Emotional Driving para que estos chicos y chicas reciban también formación en educación vial, con el objetivo de mejorar su autonomía, su autoconfianza y su nivel de integración social.

En estas clases, por ejemplo, los alumnos aprenden a guiarse con las señales y semáforos o a cruzar la calle correctamente y se les enseña a ayudar a personas que necesiten ayuda. Más de 1.000 beneficiarios, con diferentes discapacidades, participan en esta actividad. Las mascotas de la Fundación, Valorcito o Valorgol, son las encargadas de transmitir estos valores, concienciando a los alumnos de la importancia de la seguridad vial y de su participación activa en ella.

In special schools, sessions of inclusive football and adapted basketball are held and which help introduce concepts complementary to the practice of sport. An integral education through sport. Going one step further, the Real Madrid Foundation has allied with Emotional Driving so that these boys and girls also receive training in road safety education, with the aim of improving their autonomy, self-confidence and level of social integration.

In these classes the students learn, for instance, to guide themselves by using traffic signs and lights, or to cross the street correctly. They are also taught to help people who need help. There are more than 1,000 beneficiaries, with different disabilities, who participate in this activity. The Foundation's mascots, Valorcito or Valorgol, are responsible for transmitting these values, raising students awareness of the importance of road safety and their active participation in it.

En cada una de las sesiones se consideran aspectos tanto técnicos como psicomotoras, pero también de valores. Así, se propone a los chicos y chicas que trabajen los objetivos del proyecto, que son tres:

- Educar en comportamiento y actitudes relacionados con la educación vial, como un aspecto más de la sesión de valores y deporte.
- Fomentar la autonomía a través de la identificación y discriminación de las diferentes señales viales.
- Fomentar actitudes de ayuda y cooperación con todos los usuarios de la vía que lo precisen.

Las actividades de educación vial que realizan son, además de didácticas, muy entretenidas, planteadas como un juego, y están siempre adaptadas a los alumnos con mayor dificultad de movilidad. Por supuesto, las que más éxito tienen son las actividades deportivas; por ejemplo, un partido de baloncesto marcado con las diferentes señales de tráfico, como la de «prohibido tirar», «cambio de sentido» o «stop». También se trabaja la velocidad en una actividad en la que los alumnos avanzan botando el balón en dirección a la canasta; si Valorcito les enseña la señal de 120 km/h, deben seguir botando y avanzando; si es la señal de STOP, deben detenerse. Otra actividad muy divertida es la de circular en pareja: consiste en realizar pases y conducciones recorriendo un circuito diseñado con señales de tráfico, semáforos y pasos de peatones.

Las actividades giran alrededor del concepto de carnet por puntos, que aquí se convierte en el

In each of the sessions, both technical and psychomotor aspects are considered, along with values. In this way, the boys and girls are encouraged to work on the three goals of the project:

- Provide education on behavior and attitudes related to road safety, as part of the session on values and sport.
- Promote autonomy through an ability to identify and distinguish the different road signs.
- Promote helpful and cooperative attitudes with all users of the road who need it.

The road education activities are not only instructive but also very entertaining. They are designed as a game and are always adapted to students with mobility difficulties. Of course, sports activities enjoy the greatest success; for example, a basketball game marked with the different traffic signs, such as "no shooting", "change direction" or "stop". Speed is also worked on in an activity where students advance by bouncing the ball in the direction of the basket; if Valorcito shows them the 120 Km/h sign, they must continue bouncing and advancing; if it is the STOP sign, they must stop. Driving in pairs is another very fun activity: it consists of making passes and moving along a circuit designed with traffic signs, traffic lights and pedestrian crossings.

The activities revolve around the concept of the points card, which here becomes the Road Master card. A motivating instrument in which points are not subtracted, only added up. During

Carnet de Maestro Vial. Un instrumento motivador que no resta puntos, solo suma. Durante las diferentes sesiones, y en cada una de las actividades, los chicos y chicas van sumando puntos que evalúan el grado de aprendizaje, el interés mostrado, el desempeño de la actividad y la capacidad de ayudar al compañero. La suma total de los puntos corresponde a su nivel de autonomía a la hora de desenvolverse en la vía pública. De este modo es más fácil obtener una valoración inmediata, y se establecen tres categorías: Maestro Vial de Bronce, Maestro Vial de Plata y Maestro Vial de Oro, que reciben con orgullo y entusiasmo los alumnos que hayan completado con éxito todas las dinámicas.

the different sessions, and in each of the activities, the boys and girls add up points that evaluate their degree of learning, the interest they have shown, their performance in the activity and their ability to help their partner. The total sum of points corresponds to their level of autonomy when it comes to getting around on streets or roads. In this way it is easier to obtain an immediate evaluation, and three categories are established: Bronze Road Master, Silver Road Master and Gold Road Master, which are received with pride and enthusiasm by the students who have successfully completed all the activities.



ir al índice  
go to index



EMOTIONAL DRIVING

# Futuros conductores Future drivers

El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega  
The best message, like the best driver, is the one that arrives



**35.000**

jóvenes de 16 a 18 años  
young people aged 16 to 18



**10**

ciudades  
cities



**+1.700**

participaciones  
participations



**+1.000**

experiencias en seguridad vial  
experiences in road safety

Alianza con / Partnership with





Impactamos, sensibilizamos y educamos a los conductores del mañana para que inicien su ilusionante viaje al volante con responsabilidad y seguridad.

We touch, raise the awareness and educate the drivers of tomorrow so they may start their exciting journey behind the wheel responsibly and safely.



## FUTUROS CONDUCTORES FUTURE DRIVERS

Impactamos, sensibilizamos y educamos a los conductores del mañana para que inicien el ilusionante viaje al volante con responsabilidad y seguridad.

*We touch, raise the awareness of and educate the drivers of tomorrow to start their exciting journey behind the wheel responsibly and safely.*

La labor y el compromiso de Emotional Driving a la hora de concienciar a nuestros jóvenes han quedado reflejados en varias de las iniciativas y campañas que ya hemos repasado en capítulos anteriores. Pero un segmento muy concreto de estos jóvenes, los que tienen entre 16 y 18 años, requerían una atención especial. Estos preuniversitarios son los conductores que en un futuro muy próximo estarán presentes en las carreteras —o acaban de llegar a ellas—, con toda su inexperiencia e inseguridad a cuestas. El programa Emotional Driving no podía estar ajeno a esta realidad, por lo que ideó una efectiva e impactante campaña dirigida, de manera muy específica, a los conductores de mañana.

Vivimos en una sociedad inmersa en un claro proceso de digitalización en el que la tecnología cobra un protagonismo especial en nuestro día a día y nos hace la vida más fácil. Pero al mismo tiempo puede convertirse en una amenaza, especialmente al volante. Es una certeza que que-

Emotional Driving's work and commitment to raise awareness among our young people has been reflected in several of the initiatives and campaigns we have reviewed in previous chapters. But a very specific segment of these young people, those between 16 and 18 years old, required special attention. These pre-university students are the drivers who in the very near future will be on the roads -or have just arrived on them- with all their inexperience and insecurity. The Emotional Driving program could not ignore this reality, so it devised an effective and impacting campaign aimed, in a very specific way, at the drivers of tomorrow.

We live in a society immersed in a clear process of digitalization in which technology has taken on a special role in our daily lives and makes things easier. But at the same time, this technology can become a threat, especially at the wheel. This is a fact that was clearly demonstrated by the conclusions drawn from

dó claramente demostrada con las conclusiones extraídas del estudio "Jóvenes al volante, distracciones y uso del móvil", elaborado por Emotional Driving y Movistar. Recordemos: 8 de cada 10 jóvenes españoles admiten haber tenido alguna distracción al volante, como conductores o como pasajeros, que les ha puesto en situación de peligro.

Sigamos recordando: respecto a las acciones relacionadas con el uso del móvil al volante que les parecen más peligrosas, la número uno son las redes sociales (8,64 sobre 10), seguida de cerca por leer noticias (8,63), escribir mensajes de texto (8,62), usar el WhatsApp (8,59), hacer fotos (8,49) o vídeos (8,47) y subirlos a sus redes... Además, casi un 60% reconoce haber hablado alguna vez mientras conducía y más de la mitad ha enviado mensajes de WhatsApp. Y un 20,84% se ha hecho selfies al volante.

Ante este preocupante escenario, la misión de Emotional Driving estaba clara. El foco de la campaña debía estar centrado en evitar distracciones al volante provocadas por el uso del móvil, y además, como componente reflexivo y motivador, incidir en la cantidad de buenos momentos que la vida les tiene reservados a su edad. La campaña se inició en 2018 y también en esta ocasión Gonvarri unió sus fuerzas a Movistar. La compañía telefónica lleva años haciendo una importante apuesta por las nuevas tecnologías, que han transformado completamente nuestro mundo; y, al mismo tiempo, es muy consciente de los riesgos que esa tecnología puede causar al volante, una realidad frente a la que no puede, ni quiere, estar ajena. Y con lo que se ha comprometido firmemente.

the study "Young people at the wheel, distractions and mobile phone use", carried out by Emotional Driving and Movistar. Let's remember: 8 out of 10 young Spaniards admit to having been distracted in some way at the wheel, either as drivers or passengers, which has put them in danger.

Let's continue recalling: with regard to the actions related to mobile phone use at the wheel that seem most dangerous to them, the number one distraction is social networks (8.64 out of 10), followed closely by reading news (8.63), writing text messages (8.62), using WhatsApp (8.59), taking photos (8.49) or videos (8.47) and uploading them to their networks... In addition, almost 60% admit having spoken at some time while driving and more than half have sent WhatsApp messages. And 20.84% have taken selfies at the wheel.

In light of this worrying scenario, Emotional Driving's mission was clear. The focus of the campaign was to avoid distractions behind the wheel caused by mobile phone use, and also, as a reflective and motivating component, to highlight the many enjoyable moments life has in store for them at their age. The campaign was launched in 2018 and on this occasion Gonvarri joined forces with Movistar. The telephone company has long made an important commitment to new technologies, which have completely transformed our world; and, at the same time, it is very aware of the risks that this technology can cause at the wheel, a reality that it cannot, and does not want to, ignore. And to which it is firmly committed.

ir al [índice](#)  
go to [index](#)



## EDUCACIÓN EN VALORES

### Lo Que De Verdad Importa

¿Cómo transmitir la importancia de un uso responsable del móvil, así como de los otros aspectos de la seguridad vial, a los chicos y chicas que pronto se sentarán en el asiento del conductor de su coche? La experiencia acumulada durante cinco años, gracias al proyecto Emotional Driving, nos enseña que una de las fórmulas más eficaces para llegar a los futuros conductores son los testimonios reales. No se trata de convencer, sino de compartir la experiencia, contada en primera persona, y apelar a las emociones. El testimonio de alguien que ha sufrido un accidente de tráfico puede ser mucho más efectivo que una detallada exposición de datos y estadísticas. Uno de los espacios donde se ha dado más importancia a

## EDUCATION IN VALUES

### What Really Matters

How to convey the importance of responsible use of the mobile phone, as well as other aspects of road safety, to the boys and girls who will soon be sitting in the driver's seat of a car? The experience accumulated over five years, thanks to the Emotional Driving project, teaches us that one of the most effective ways of reaching future drivers is through genuine testimonials. It is not a question of convincing, but of sharing the experience, told in the first person, and appealing to the emotions. The statements of someone who has been in a traffic accident can be much more effective than a detailed presentation of data and statistics. One of the spaces where the greatest



esta fórmula infalible para concienciar y convencer son los congresos de valores de la Fundación Lo Que De Verdad Importa (LQDVI).

La Fundación LQDVI lleva trece años dedicada a difundir los valores universales entre los jóvenes a través de diferentes iniciativas, entre las que destacan los congresos. Se celebran cada año en diez ciudades españolas, y otras tantas fuera de nuestras fronteras, y reúnen a miles de chicos y chicas para escuchar en directo los testimonios de personas de todo tipo con un elemento común: una lección de vida —impactante, emotiva, conmovedora, ejemplar— de la que aprender. Deportistas de élite, campeones paralímpicos, emprendedores, aventureros, víctimas de un atentado o un accidente, terroristas arrepentidos, fundadores de ONG, personas discapacitadas o con una historia de redención. Son sus lecciones las que no se aprenden en el colegio ni en la universidad; lecciones de valores esenciales, de solidaridad, de optimismo, de superación, de coraje, de perseverancia, de humildad, de perdón. Lecciones que llegan directas al corazón y que sacuden la indiferencia con enorme fuerza. Y, sobre todo, que enseñan a estos jóvenes —y nos recuerdan a todos— lo que de verdad importa en la vida.

A lo largo de trece años, por los congresos de LQDVI han pasado muchos miles de jóvenes que han quedado tremadamente impactados y conmovidos por las historias de Rafa Nadal, de Irene Villa, de Nando Parrado, de María de Villota, de Pablo Pineda, de Jorge Font, de Lucía Lantero, de Kyle Maynard, de Shane O'Doherty o de Juan Pablo Escobar, entre otros muchísimos ponentes, procedentes de distintos países y admirados en todo el mundo.

importance has been given to this infallible formula to raise awareness is the conferences on values of the Foundation Lo Que De Verdad Importa (What Really Matters, LQDVI).

For thirteen years, the LQDVI Foundation has been dedicated to disseminating universal values among young people through different initiatives, notably by means of its conferences. These are held every year in ten Spanish cities, and as many are likewise held abroad, and bring together thousands of young people to listen to the live testimonies of people of all kinds who share a common theme: a life lesson -impacting, emotional, moving, exemplary- from which to learn. Elite athletes, Paralympic champions, entrepreneurs, adventurers, victims of an attack or an accident, repentant terrorists, founders of NGOs, people with disabilities or with a story of redemption. Their lessons are not ones learned at school or university; they are lessons of essential values, of solidarity, of optimism, of self-improvement, of courage, of perseverance, of humility, of forgiveness. Lessons that reach straight to the heart and overcome indifference with tremendous force. And, above all, they teach these young people - and they remind us all - what really matters in life.

Over the course of thirteen years, many thousands of young people have attended the LQDVI conferences and have been tremendously impressed and moved by the stories of Rafa Nadal, Irene Villa, Nando Parrado, María de Villota, Pablo Pineda, Jorge Font, Lucía Lantero, Kyle Maynard, Shane O'Doherty and Juan Pablo Escobar, among many other speakers from different countries who are admired around the world.

Son congresos donde las emociones afloran con facilidad, donde se juntan los aplausos con las lágrimas y con las risas, o con la música, que siempre es protagonista. Donde también se genera un vínculo muy especial entre el escenario y el público, de cercanía, de complicidad, que ayuda enormemente a transmitir y recibir el mensaje con nitidez. Son congresos únicos, donde se viven emociones únicas y se aprenden lecciones únicas, de las que calan hondo. Un contexto perfecto para una iniciativa como Emotional Driving. Gonvarri es, desde hace unos años, patrocinador de LQDVI y se reserva un espacio dentro de los congresos para transmitir los valores de la conducción responsable del programa a estos miles de jóvenes que muy pronto tendrán carnet de conducir. Y es aquí, en este escenario rebosante de emociones y valores, donde los futuros conductores descubren otra forma de mirar la seguridad en la carretera, más impactante, motivadora y sensibilizadora.



Congreso LQDVI. Asturias 2017 / WRM Congress. Asturias 2017

They are conferences that spark emotions, where applause is joined by tears and laughter, or by music, which is always the protagonist. Where a very special bond is also generated between the stage and the audience, one of closeness, of complicity, which helps enormously to clearly transmit and receive the messages. They are unique conferences, where unique emotions are experienced and unique lessons are learned, from which young people draw deep insights. A perfect context for an initiative like Emotional Driving. Gonvarri has been a sponsor of LQDVI for some years now and reserves a space within the conferences to transmit the values of responsible driving to these thousands of young people who will soon have their driving licenses. And it is here, in this scenario brimming with emotions and values, where future drivers discover another way of looking at road safety, one that is more impactful, motivating and capable of raising awareness.

[ir al índice](#)  
[go to index](#)



# La vida puede ser MA-RÁ-VI-LLO-SA

como para perderla por un WhatsApp o una copa de más  
Life is too wonderful to lose for a WhatsApp message or one more drink

Una de las intervenciones más impresionantes y sorprendentes es la de Julio Garcés, bombero experto en accidentes de tráfico. Julio no aparece en el escenario, sino en la gigantesca pantalla, porque se ha visto obligado a atender una emergencia. A través de una pequeña cámara instalada en su coche, se dirige al público en directo para contar su experiencia de 35 años como bombero. Les habla de su vocación. «Desde los diecisiete años quería ser bombero y me puse a trabajar para pasar las oposiciones. Había que hacer el examen teórico, pero también pruebas físicas. Y...» En ese preciso instante, todos los espectadores ven como Julio da un brusco volantazo; estaba distraído y no ha tenido tiempo para reaccionar ante un imprevisto. El chirrido de un frenazo nos advierte de que algo no va bien y la pantalla queda en negro.

La audiencia todavía se está recuperando del impacto de ver un accidente en directo cuando Julio Garcés, en persona, aparece sobre el escenario. Va vestido con su uniforme de bombero, y se apresura a pedir disculpas, «Siento que hayáis pasado ese mal momento». Tras este guiño con mensaje empieza a contar nuevamente su historia, ahora ya sin riesgo de accidente. Explica que lo que más le ha marcado en su profesión han sido los accidentes de tráfico, en los que ha visto centenares de vidas truncadas antes de tiempo. Y eso es lo que le ha impulsado a ir al congreso a contárselo personalmente a los jóvenes, para recordarles que la vida es maravillosa. «No dejéis que se vaya por un WhatsApp. No dejéis que se vaya por una copa.» Y concluye su alegato llamando a la acción a la audiencia, animándoles a alzar sus móviles y apagarlos con un gesto mientras les recuerda que «El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega».

One of the most impressive and extraordinary talks is given by Julio Garcés, a fireman who is an expert in traffic accidents. Julio does not appear on stage, but on the giant screen, because he has been forced to attend an emergency. By means of a small camera installed in his car, he addresses the audience live to tell his experience of 35 years as a firefighter. "From the age of seventeen I wanted to be a fireman and I started working to pass the exams. I had to take the theoretical exam, as well as physical tests. And..." At that very moment, all the spectators see Julio take a sudden swerve; he was distracted and had no time to react to an unexpected event. The screeching of the brakes warns us that something is not right, just before the screen goes completely black.

The audience is still recovering from the impact of watching a live accident when Julio Garcés, in person, appears on stage. He's dressed in his firefighter's uniform, and he quickly apologizes, "I'm sorry you had to experience that unfortunate moment." Having shared this important message with a wink, he begins to tell his story again, now without risk of accident. He states that traffic accidents are what have most affected him in his profession; he has seen hundreds of lives cut short before their time. And this is what has prompted him to participate in the conference to tell this personally to young people, to remind them that life is wonderful. "Don't lose your life for a WhatsApp message. Don't lose it for a drink." And he concludes his talk by calling the audience to action, encouraging them to raise their mobile phones and turn them off with a gesture while reminding them that "The best message, like the best driver, is the one that reaches its destination."

Levantad todos la mano conmigo y decid  
«La vida es Ma-ra-vi-llo-sa»

Everybody raise your hand and repeat  
with me "Life is Won-der-ful"



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



juuedeverd



Sennheiser

CANTIERI

FADE

Partnership con le seguenti aziende:



Bentley Systems

Fornitori tecnologici:



intersolar

Cadaster



Credicor

Consorzio italiano:



Città del Sole

Progetto strada:



Autogrill



## El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega

No cabe duda de que los congresos de LQDVI son el escenario idóneo para que Emotional Driving y Movistar hagan llegar su mensaje de concienciación, respeto y responsabilidad a tantos miles de jóvenes por toda España. Tres son los años que lleva activa esta campaña conjunta y tres han sido los eficaces transmisores: un bombero profesional, un joven actor y monologuista y un robot humanoide. Tres perfiles y testimonios muy diferentes entre sí, pero un mismo concepto a transmitir: «El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega».

## The best message, like the best driver, is the one that reaches its destination

Unquestionably, LQDVI's congresses are the ideal scenario for Emotional Driving and Movistar to transmit their message of awareness, respect and responsibility to many thousands of young people all over Spain. This joint campaign has been active for three years and its message has been communicated by three effective speakers: a professional fireman, a young actor and monologist, and a humanoid robot. Three very different profiles and testimonies, but who all share the same concept to be transmitted: "The best message, like the best driver, is the one that reaches its destination".

# Tenéis una misión: hacer conscientes a todos de que el móvil no se usa en el coche

## You have a mission: to make sure everyone knows not to use their mobile phone in the car

Guzmán Fernández es un joven actor y monologuista que conecta perfectamente con el público de los congresos de Lo Que De Verdad Importa. Con humor y cercanía, y una natural complicidad, habla de tú a tú a los jóvenes para concienciarles sobre las grandes ventajas que tienen los móviles en su día a día, pero también su incompatibilidad y riesgos derivados de su uso mientras conducimos. En su charla, que ha recorrido los congresos de toda España, recuerda a estos miles de jóvenes la importancia de no distraerse al volante y les anima a seguir la recomendación de Emotional Driving: «El mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega». Finalmente, aprovecha el momento engagement para ponerles deberes: «Tenéis una misión. Hacer consciente a todo el mundo de que el móvil no se usa en el coche.» No se trata solo de escuchar, ni siquiera de asimilar, también hay que comprometerse.

Guzmán Fernández is a young actor and monologist who completely captures the attention of the audience of the What Really Matters Conferences. With humor and proximity, and a natural complicity, he talks with young people to make them aware of the great advantages that mobile phones have in their day-to-day life, but also how the use of these devices is incompatible with driving and involves many risks. In his talk, which has been given at conferences all over Spain, he reminds these thousands of young people of the importance of not being distracted behind the wheel and encourages them to follow Emotional Driving's recommendation: "The best message, like the best driver, is the one that reaches its destination". Finally, he takes advantage of the moment of engagement to give them homework: "You have a mission: to make sure everyone knows not to use their mobile phone in the car". It's not just a matter of listening, or even assimilating this idea, you also have to commit yourself to carrying it out.



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign





A pesar de las bondades de la  
tecnología, tenemos que hacer un  
uso responsable de ella al volante

Despite the many benefits of  
technology, we must make responsible  
use of it when driving



Visualiza el video completo en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



En 2019, esta colaboración dio un paso más y LQDV y Emotional Driving se unieron al homenaje a las víctimas y renovaron su compromiso con la sociedad.

Con motivo del Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Accidentes de Tráfico, invitaron a los ponentes de estas tres ediciones, Julio, Guzmán y Frida, y juntos incidieron una vez más en que el mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega.

In 2019, we took this collaboration a step further and LQDV and Emotional Driving joined the homage to the victims of traffic accidents and renewed their commitment to society.

On the occasion of the World Day of Remembrance for Road Traffic Victims, they invited the speakers of these three editions, Julio, Guzmán and Frida, and together they stressed once again that the best message, like the best driver, is the one that reaches its destination.

# He observado que solo tenéis una vida

## I've observed that you only have one life

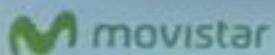
El último protagonista de estas sorprendentes e impactantes charlas de Emotional Driving ha sido Frida, un robot humanoide con gran personalidad. Al igual que Julio y Guzmán, el robot recuerda a los jóvenes que acuden a los congresos de toda España la importancia de no distraerse con el móvil y poner los cinco sentidos en la carretera cuando están al volante. Solo tenemos una vida, y lo inteligente es no jugársela por una simple imprudencia. Este simpático robot también apela a los sentimientos propios de los humanos, a nuestras emociones, para que pensemos en algún ser querido que nos motive a conducir de manera segura. Como los anteriores protagonistas de este "momento Emotional Driving", el robot concluye su discurso transmitiendo a todos los asistentes que «el mejor mensaje, como el mejor conductor, es el que llega».

The last protagonist of these surprising and impacting Emotional Driving talks is Frida, a humanoid robot with a great personality. Like Julio and Guzman, the robot reminds young people who attend conferences throughout Spain of the importance of not being distracted by their mobile phones and of keeping their five senses focused on the road when they're behind the wheel. We only have one life, and the smart thing to do is not to risk it through a reckless act. This friendly robot also appeals to the feelings of humans, to our emotions, to make us think of a loved one who motivates us to drive safely. Like the previous protagonists of this "Emotional Driving moment", the robot concludes its speech by telling all those present that "the best message, like the best driver, is the one that reaches its destination".

*"Me gustaría tener sentimientos, como vosotros,  
y eso es algo que no deberíais perder por una  
distracción con el móvil al volante"*

*"I'd like to have feelings, like you; they're  
something you shouldn't lose because of a distraction  
from your mobile phone while you're driving"*

Patrocinador tecnológico:

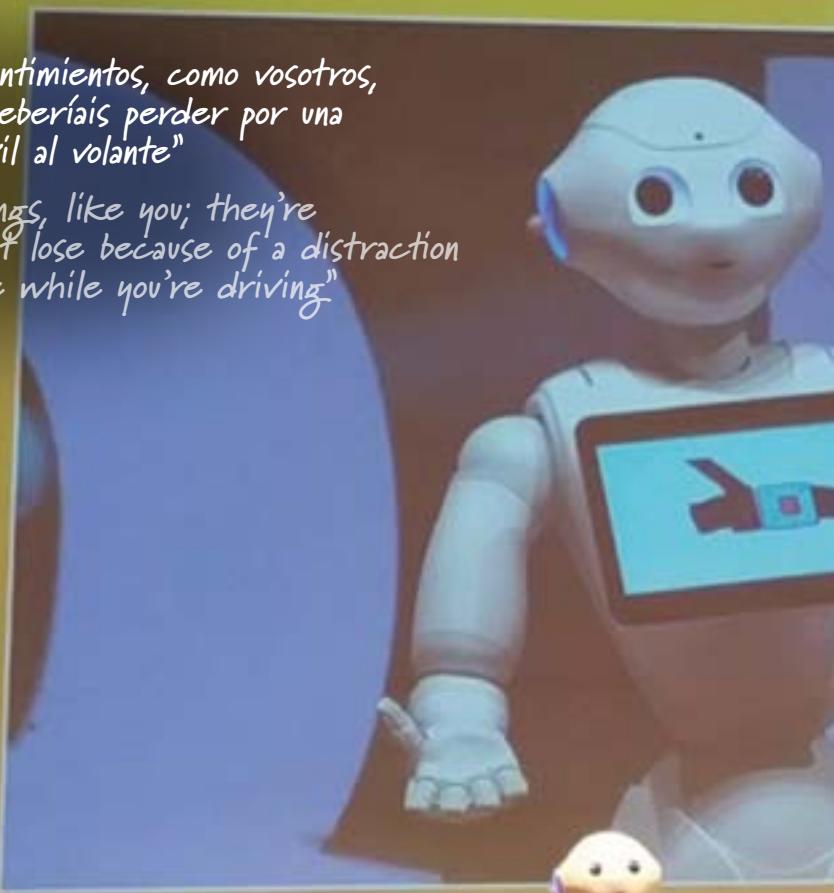


Socios Fundadores:



fundación  
AXA

randstad  
fundación.



#conluzpropia

Un proyecto de

lo que  
Verde  
Importa

Partners en seguridad vial:



Gestamp

Patrocinador local:



Colaboradores:



Yacimiento de la Encina



Visualiza la campaña completa en  
[www.emotionaldriving.com](http://www.emotionaldriving.com)  
View the full campaign



## Concurso para concienciar

Una vez finalizadas estas breves pero intensas charlas, los asistentes al congreso de Lo Que De Verdad Importa pueden participar en un concurso muy especial. A través de la aplicación de LQDVI, que Emotional Driving ha contribuido a impulsar, escriben un mensaje dirigido a sus familiares y amigos para concienciarles de la importancia de conducir de manera responsable y segura. El momento es perfecto para expresar lo que sienten, inspirados y conmovidos tras la ponencia sobre seguridad vial que acaban de escuchar. Los mensajes, escritos desde el corazón, son realmente motivadores y convincentes. Todos se involucran, todos están sensibilizados, que es la mejor prueba de que el mensaje ha calado. Finalmente, un mensaje ganador es seleccionado al azar por la propia aplicación. Aunque, aquí sí, lo realmente importante es que todos hayan participado.

## Competition to raise awareness

Once these brief but intense talks are over, the attendees of the What Really Matters Congress can participate in a very special contest. Through the LQDVI app, which Emotional Driving has helped to promote, they write a message to their family and friends to make them aware of the importance of driving responsibly and safely. The moment is perfect to express what they feel, inspired and moved after the presentation on road safety that they have just heard. The messages, written from the heart, are truly motivating and compelling. Everyone is involved, everyone is aware, which is the best proof that the message has gotten through. Finally, a winning message is selected at random by the application itself. Here, though, what really matters is that everyone has participated.



Congreso LQDVI. Asturias 2018 / WRM Congress. Asturias 2018



## Simulador de vuelco

Aún no han acabado las sorpresas en los congresos de LQDVI. Emotional Driving se reserva un último impacto final. Después de haber sido sacudidos interiormente por esas extraordinarias lecciones de vida de los ponentes y por los testimonios de seguridad vial, ahora van a ser sacudidos de una manera bastante más física, pero igualmente inolvidable: el simulador de vuelco. Sí, Emotional Driving también lleva a los congresos esa experiencia casi real de seguridad vial que tanto éxito ha cosechado en los roadshows. Igual que los trabajadores de Gonvarri, los jóvenes de Lo Que De Verdad Importa pueden sentarse al volante de un vehículo y vivir en su propia piel qué se siente cuando un coche vuelca repentinamente. Y aunque en ningún momento se encuentran en un peligro real —cuentan con la asistencia de formadores expertos—, la sensación es tan fuerte que ninguno sale indiferente de esta experiencia. Comprobar lo fácil que es perder el control del vehículo, y sus posibles consecuencias, es un pensamiento que no les abandonará fácilmente cuando se sienten al volante de un coche real.

## Rollover simulator

The surprises at the LQDVI congresses are not over yet. Emotional Driving has been saving one for the end. After having been shaken up inside by those extraordinary life lessons from the speakers and by the road safety testimonials, they are now going to be shaken up in a much more physical, but equally unforgettable way: in the rollover simulator. Yes, Emotional Driving also brings to the conferences that very realistic road safety experience that has been so successful on the roadshows. Just like the workers at Gonvarri, the young people at What Really Matters can sit behind the wheel of a vehicle and experience in their own flesh and bones what it feels like when a car suddenly rolls over. And although at no time are they in any real danger - they are assisted by expert trainers - the sensation is so powerful it leaves no one indifferent. Discovering how easy it is to lose control of the vehicle, and its possible consequences, is something that will remain with them when they sit behind the wheel of a real car.



A large, diverse crowd of people sitting in rows, suggesting a conference or event setting.

Compañeros  
de viaje  
*Fellow  
travelers*



## COMPAÑEROS DE VIAJE FELLOW TRAVELERS

El viaje que iniciamos en diciembre de 2014 y el trayecto que hemos recorrido durante este tiempo no habría sido posible sin las entidades amigas que nos han acompañado. Con ellas compartimos valores, experiencias, aprendizajes y, sobre todo, un firme compromiso con la seguridad vial.

*The journey we began in December 2014 and the progress we have since made would not have been possible without the partners that have accompanied us. With them we share values, experiences, learning and, above all, a firm commitment to road safety.*

"Si quieres ir rápido, camina solo; si quieres llegar lejos, camina acompañado", dice el proverbio africano.

Desde que iniciamos el viaje de Emotional Driving tuvimos muy en cuenta este sabio consejo. Primero, porque queríamos llegar lejos; y segundo, porque queríamos hacerlo bien. Y eso solo se logra caminando con la mejor compañía. Con aliados que comparten tus valores y tu compromiso, tu entrega y tus ganas de hacer bien las cosas. Sin esos compañeros de viaje no habría sido posible llegar a tanta gente en tantos ámbitos, ni desarrollar tantísimas actividades y líneas de actuación en el contexto de este gran proyecto compartido.

Las alianzas con otras empresas y asociaciones para sumar esfuerzos, sinergias e ilusiones han sido una de las principales claves del éxito de esta revolución de la seguridad vial.

"If you want to go fast, go alone; if you want to go far, go together", states the African proverb.

We have kept this wise advice in mind ever since we began the Emotional Driving journey. First, because we wanted to go far; and second, because we wanted to do it well. And that can only be done by being in the best company. With associates who share your values and your commitment, your dedication and your desire to do things well. Without such traveling companions it would not have been possible to reach so many people in so many areas, nor to develop so many activities and lines of action in the context of this great shared project.

The partnerships made with other companies and associations to combine efforts, synergies and hopes have been one of the main keys to the success of this revolution in road safety.



## 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Un espíritu colaborativo perfectamente alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Concretamente con el ODS 17, que propone buscar alianzas en este mundo hiperconectado para construir una sociedad más justa con mayor eficacia. Siguiendo este espíritu, Emotional Driving ha establecido, desde el mismo día en que nació el proyecto, relaciones estratégicas, firmes y profundas, con diferentes entidades con las que ha colaborado en perfecta sintonía. Compartiendo acciones de toda índole, sumándose a campañas de concienciación, yendo de la mano en iniciativas propias o ajenas, siempre en pos de un objetivo común: llevar a toda la sociedad el mensaje de Emotional Driving y ayudarnos a salvar vidas en la carretera.

Empresas, entidades, fundaciones, administraciones públicas a las que nunca nos cansaremos de dar las gracias y a las que queremos dedicar un merecido capítulo en este libro.

A collaborative spirit perfectly aligned with the United Nations' Sustainable Development Goals. Specifically with SDG 17, which proposes to seek partnerships in this hyper connected world to more effectively build a fairer society. In keeping with this spirit, Emotional Driving has established, from the very day the project was born, firm and deep strategic relationships with different entities with which it has collaborated in perfect harmony. Sharing actions of all kinds, joining awareness campaigns, going hand in hand in our own or others' initiatives, always in pursuit of a common goal: to bring Emotional Driving's message to the whole of society and help us save lives.

These are the companies, entities, foundations, public administrations that we will never tire of thanking and to which we wish to dedicate a well-deserved chapter in this book.

ir al [índice](#)  
go to [index](#)



Objetivo: prevenir accidentes de tráfico mediante la formación y la sensibilización social

Goal: prevent traffic accidents through training and social awareness



AESLEME es la Asociación para educar y sensibilizar sobre las lesiones por movilidad en España y su trabajo se ha demostrado de gran importancia a la hora de concienciar a los conductores de los peligros a los que se enfrentan cada vez que se ponen delante del volante. El testimonio de personas que han quedado en una silla de ruedas después de un accidente de tráfico siempre es desgarrador y, sin duda, es un acicate para conducir con prudencia. Desde 2015 Gonvarri colabora con AESLEME con el objetivo de prevenir accidentes de tráfico mediante la formación y sensibilización social.

AESLEME is an association aiming to educate and raise awareness about mobility related injuries in Spain. Its work raises drivers' awareness about the hazards they face every time they take the wheel is of great value. The testimonies of people confined to wheelchairs from road traffic accidents is shocking and, beyond a doubt, is an incentive to drive with responsibility. Since 2015, Gonvarri collaborates with AESLEME aiming to prevent traffic accidents with training and raising social awareness.



#### TESTIMONIOS / TESTIMONIALS

## Mar Cogollos Gustavo Almela

Directora General  
General Manager

Director de Relaciones Institucionales  
Director of Institutional Relations



*30 años trabajando para prevenir lesiones por accidente  
30 years working to prevent injuries resulting from accidents*

AESLEME y Emotional Driving nos conocemos desde hace ya muchos años. Tenemos una estrecha colaboración que se remonta a los inicios del programa de seguridad vial desarrollado por Gonvarri Industries y que siempre ha seguido una línea muy clara: la concienciación a través de mensajes positivos.

Entre 2015 y 2016 participamos como conferenciantes en los roadshows celebrados en varias fábricas de la compañía en España formando y sensibilizando a cientos de empleados. Todos y cada uno de nosotros tenemos muchas motivaciones para conducir de manera responsable y segura: nuestros familiares y seres queridos, amigos, aficiones...

Pero nuestra colaboración va más allá y desde 2017 estamos dirigiéndonos a un colectivo especialmente importante: niños y niñas de 8 a 15 años, o como nos gusta llamarlos, los conductores motivados. Formamos a este colectivo para inculcarles desde edades tempranas una conciencia de responsabilidad al volante. Además, desde los ojos de un niño les hacemos reflexionar y les animamos a que escriban y dirijan mensajes motivadores a sus padres para que estos conduzcan de manera responsable y segura. ¿Qué mejor que la motivación de tu hijo para corregir comportamientos y desarrollar una conducción segura?

AESLEME and Emotional Driving share a long relationship. Our close collaboration goes back to the beginning of the road safety program developed by Gonvarri Industries and has always followed a very clear path: raising awareness through positive messages.

Between 2015 and 2016, we participated as speakers in the road shows held in several of the company's factories in Spain, training and raising awareness among hundreds of employees. Each and every one of us has many motivations to drive responsibly and safely: our families and loved ones, friends, hobbies...

But our collaboration goes beyond that and since 2017 we have focused on a particularly important group: children aged 8 to 15, or as we like to call them, motivated drivers. We train this group to instill in them an awareness of responsibility at the wheel from an early age. Furthermore, we make them reflect and encourage them, through the eyes of a child, to write and address motivational messages to their parents to get them to drive responsibly and safely. What better motivation is there than your child to help you correct your behavior and drive more safely?



Objetivo: Acercar a los jóvenes los valores humanos universales para reflexionar sobre lo que de verdad importa en la vida

Goal: To bring young people closer to universal human values in order to reflect on what really matters in life



Lo Que De Verdad Importa es una fundación dedicada a difundir los valores éticos entre los jóvenes y, para ello, organiza distintas actividades culturales, entre las que sobresalen los congresos. Estos eventos empezaron limitados al ámbito geográfico español, pero hoy también se celebran en México, Perú o Portugal, entre otros países. En ellos se reúnen miles de chicos y chicas con muchas ganas de hacer un mundo mejor. Allí se cuentan historias de personas cuya experiencia transmite unos valores importantes para los jóvenes, y también hay un espacio dedicado a Emotional Driving. Los futuros conductores descubren otra forma de acceder a la seguridad vial: una manera que les impacta, motiva y sensibiliza.

What Really Matters is a foundation dedicated to spreading ethical values among young people and, to this end, it organizes various cultural activities, most notably its conferences. These events began in Spain, but today they are also held in Mexico, Peru and Portugal, among other countries. They bring together thousands of young people who share a strong desire to make the world a better place. At the conferences, stories are told by people whose experience transmits important values to young people, and there is also a space dedicated to Emotional Driving. Future drivers discover another way to access road safety: a way that impacts, motivates and raises awareness.



TESTIMONIO / TESTIMONY

**María Franco**

Directora / Director

## *Educación y transmisión en valores para la sociedad del futuro... y del presente*

## *Education and transmission of values for the society of the future and the present*

En la Fundación Lo Que De Verdad Importa trabajamos para promover el desarrollo y la difusión de los valores humanos, éticos y morales universales al conjunto de la sociedad. Y lo hacemos desarrollando proyectos de diversa índole: congresos de transmisión de valores, materiales formativos, conferencias dirigidas a empresas, voluntariado...

Uno de nuestros proyectos estrella son los congresos en valores que celebramos en ocho ciudades en España y también en países como Ecuador, Portugal, México o Jordania, por citar algunos. Ponemos el foco en la transmisión de valores universales como por ejemplo el esfuerzo, la superación, el optimismo o la solidaridad a un público muy importante por su determinante papel en la sociedad del presente y del futuro: jóvenes de entre 17 y 20 años.

¿Y qué mejor compañero en este apasionante viaje de educación en valores que la colaboración entre Emotional Driving y Movistar, y su programa de motivación y formación en seguridad vial? Juntos llevamos tres años colaborando estrecha y fructíferamente formando en valores, transmitiendo sensaciones positivas y dibujando sonrisas.

At the Lo Que De Verdad Importa Foundation, we work to promote the development and dissemination of human values, ethics and universal morals to the whole of society. And we do so by developing projects of various kinds: conferences for the transmission of values, training materials, conferences for companies, volunteering...

Among our star projects are the conferences on values that we hold in eight cities in Spain and also in countries such as Ecuador, Portugal, Mexico and Jordan, to name a few. We focus on communicating universal values such as effort, overcoming, optimism and solidarity to a very important audience given their decisive role in present and future society: young people between the ages of 17 and 20.

And what better traveling companion in this exciting journey of education in values than the collaboration between Emotional Driving and Movistar, and their program of motivation and training in road safety? We have been collaborating closely and fruitfully for three years, training in values, transmitting positive sensations and raising smiles.



Objetivo: Concienciar sobre el uso responsable de la tecnología

Goal: Raise awareness of the responsible use of technology



Movistar es una de las grandes marcas de nuestro país. No solo destaca por su presencia global, sino también por los compromisos que adquiere con la sociedad. Es en esta voluntad de mejorar la vida de las comunidades en las que está instalada donde coincide con Gonvarri, y ambas corporaciones han desarrollado importantes trabajos conjuntos con este fin. En este sentido, cabe destacar los tres estudios que han realizado sobre los hábitos de los españoles y argentinos al volante, cuyo objetivo era obtener un reflejo lo más fidedigno posible de nuestro comportamiento vial. Igualmente importante es la participación de ambas compañías en los eventos de la Fundación LQDVI, dirigida a formar jóvenes capaces de crear un futuro mejor.

Movistar is one of Spain's biggest brands. Not only is it notable for its global presence, but also for the commitments it makes to society. It is in this desire to improve the life of the communities where it is installed that it coincides with Gonvarri, and both corporations have developed important joint projects. It is worth highlighting the three studies that have been carried out on the habits of Spaniards and Argentinians at the wheel, the aim of which was to obtain the most reliable record of our behavior on the road. Equally important is the participation of both companies in the events of the LQDVI Foundation, aimed at training young people who will be able to create a better future.

TESTIMONIO / TESTIMONY

## Elena Valderrábano

Directora de Ética Corporativa y Sostenibilidad

Director of Corporate Ethics and Sustainability



# Un compromiso ineludible con la sociedad An indisputable commitment to society

La relación entre Movistar y Gonvarri surge con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas a través de uno de los compromisos con la sociedad que ambas compañías comparten: el uso inteligente y seguro de la tecnología al volante.

Juntos hemos sensibilizado a miles de jóvenes de toda España trasladándoles mensajes motivadores sobre seguridad vial en los congresos "LQDV". Precisamente los jóvenes son, hoy en día, los grandes consumidores de tecnología, por lo que vemos de vital importancia que aprendan que, aunque las herramientas digitales nos aportan innumerables beneficios es fundamental saber hacer un uso responsable de las mismas.

Desde ambas entidades somos conscientes de que el teléfono móvil es la primera causa de distracción al volante. Por ello, el proyecto Emotional Driving es un gran aliado que nos ayuda a dar a conocer y reforzar la comunicación de los mensajes más relevantes sobre seguridad vial, así como la importancia de ser responsables con nuestras acciones al volante.

Esta colaboración ha dado un paso adelante con el objetivo de escuchar a la sociedad, conocer su opinión y así poder ofrecerle un compromiso más personalizado. Fruto de ello, hemos llevado a cabo tres estudios que recogen las opiniones de españoles y argentinos, cuyas reflexiones dejan claro que todavía queda mucho trabajo en el terreno de la concienciación en seguridad vial.

The relationship between Movistar and Gonvarri arises from the desire to improve people's quality of life through one of the commitments to society that both companies share: the intelligent and safe use of technology at the wheel.

Together, we have raised awareness among thousands of young people from all over Spain by sending them motivational messages on road safety at the What Really Matters conferences. Young people are the biggest consumers of technology today, so we believe it is vital that they learn that, although digital tools bring us countless benefits, it is essential to know how to use them responsibly and safely.

At both entities, we are aware that the mobile phone is the first cause of distraction at the wheel. The Emotional Driving project is thus a great partner to help us spread and reinforce the most important messages about road safety, as well as the importance of acting responsibly while we are driving.

This collaboration has taken a step forward with the goal of listening to society, learning its opinions and thus being able to offer a more personalized commitment. As a result, we have carried out three studies that gather the opinions of young Spaniards, Spanish society in general and, more recently, the perceptions and concerns of Argentine drivers, whose reflections make it clear that there is still much work to be done in the field of road safety awareness.



**Objetivo: Educar en valores a los colectivos más vulnerables  
a través de la práctica del deporte**

**Goal: Educate in vulnerable groups in values through sports**



Un club como el Real Madrid CF no solo destaca por sus éxitos deportivos, sino también por su compromiso con la sociedad y, especialmente, con los más necesitados.

El Real Madrid CF es reconocido en todo el mundo por sus valores y principios éticos y a través de su Fundación promueve el deporte educativo y solidario.

La Fundación Real Madrid es una entidad sin ánimo de lucro que desarrolla proyectos en el ámbito de la educación, la cooperación al desarrollo y la integración de colectivos en desventaja social, fomentando la inclusión social de los colectivos más vulnerables.

A club like Real Madrid CF is notable not only for its sporting successes, but also for its commitment to society and especially to those most in need.

Real Madrid CF is recognized all over the world for its values and ethical principles and, through its Foundation, promotes educational and supportive sport.

The Real Madrid Foundation educates in the positive values of team play that can be applied in our daily life, such as comradeship, commitment to the team or the importance of respect for the rival and the rules.

TESTIMONIO / TESTIMONY

## Julio González Ronco

Director gerente / General Manager



*Un proyecto pionero que une la práctica del deporte con la seguridad vial*

*A pioneering project that unites the practice of sport with road safety*

Una de las más significativas líneas de actuación de la Fundación Real Madrid es la promoción del deporte como vía de integración e inclusión social de los colectivos con capacidades diferentes.

En 2018, Gonvarri y Fundación Real Madrid unimos fuerzas y, a través de su programa Emotional Driving, educamos a este colectivo en seguridad vial inculcándole el valor de la Autonomía y la Autosuficiencia.

Os preguntaréis, ¿cómo se puede unir el deporte con la seguridad vial? A través de prácticas deportivas, el proyecto "La educación vial: un gran valor" ofrece a los alumnos la oportunidad de conocer diferentes señales de tráfico, de aprender a cruzar adecuadamente o ser capaces de ayudar a personas que están en situación de necesidad. Un proyecto pionero con gran aceptación y altos niveles de satisfacción que continuará evolucionando para formar en valores a colectivos con capacidades diferentes.

La experiencia se desarrolla en escuelas adaptadas e inclusivas de baloncesto y tiene como objetivo introducir conceptos complementarios a la práctica deportiva en valores, que mejoren la autonomía y autosuficiencia de los beneficiarios.

One of our most significant and necessary lines of action is focused on the promotion of sport as a means of integration and social inclusion of groups with different abilities.

Since 2018, Gonvarri has been collaborating with the Real Madrid Foundation to educate people with different abilities about road safety instilling the values of Autonomy and Self-sufficiency.

You may ask yourself, how can sport be linked to road safety? Through sports practice, students have the opportunity to get to know different road signs, to learn how to cross a street properly or to be able to help people in need. A pioneering project with strong acceptance and high levels of satisfaction that will continue to evolve to train groups with different capacities and instill values in them.

The experience is developed in adapted and inclusive basketball schools and aims to introduce complementary concepts to the practice of sports with values, which improve the autonomy and self-sufficiency of its beneficiaries.

Objetivo: Impulsar actuaciones sociales y empresariales  
para construir una sociedad mejor

Objetivo: Boost social and corporate actions  
to build a better society



La Fundación SERES (Sociedad y Empresa Responsable) promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos. Gonvarri inició su colaboración con SERES en 2016, y desde 2018 forma parte del patronato. Su implicación ha permitido mejorar la comunicación y actuaciones en materia de sostenibilidad.

The SERES Foundation (Sociedad y Empresa Responsable – Responsible Society and Company) promotes the commitment of companies to improve society with responsible actions aligned with the company's strategy and generating value for everyone. Gonvarri began its collaboration with SERES in 2016, and since 2018 it has formed part of its board of trustees. Its involvement has enabled it to improve communication and actions in the area of sustainability.

TESTIMONIO / TESTIMONY

## Ana Sainz

Directora General / General Manager



# Compartiendo Alianzas por la seguridad vial Sharing Partnerships for Road Safety

Fundación SERES y Gonvarri Industries mantenemos una estrecha relación que comenzó en 2016. Esta cercanía entre ambas entidades ha quedado patente con la incorporación de Gonvarri como patrono de nuestra Fundación.

En 2017, juntos participamos en el proyecto rsc2 "Medición del valor de la RSC para la empresa", herramienta elaborada por la consultora McKinsey. Así pudimos medir y cuantificar Emotional Driving, y calcular su retorno a través de la valoración de intangibles. El resultado fue muy claro, estábamos ante un programa de seguridad vial con alto potencial.

En este momento estamos inmersos en un ilusionante proyecto liderado por Fundación SERES y Boston Consulting Group al que se han unido diferentes entidades, entre ellas Gonvarri, uniendo esfuerzos para la consecución del ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos. Como entidades, estamos ante un camino lleno de retos y tenemos un compromiso ineludible con la sociedad y una gran oportunidad para convertirnos en motores del cambio. ¡Compartamos alianzas en favor de una sociedad más sostenible y desarrollada!

En el momento de publicación de este libro, nos encontramos inmersos en una nueva metodología en colaboración con Fundación SERES, rsc3, que permitirá realizar una reflexión estratégica sobre la Responsabilidad Social Corporativa para alinear el propósito de la compañía con el compromiso social.

The SERES Foundation and Gonvarri Industries share a close working relationship that began in 2016. This closeness between the two entities is evident in the fact that Gonvarri has become a patron of our Foundation.

In 2017, together we participated in the rsc2 project "Measuring the value of CSR for the company", in collaboration with the McKinsey consultancy firm. We were thus able to measure and quantify Emotional Driving and calculate its return through the valuation of intangibles. The very clear result was a road safety program with great potential.

We are currently immersed in an exciting project led by the SERES Foundation and the Boston Consulting Group, which has been joined by various entities, including Gonvarri, who have combined forces to achieve the SDG 17 - Partnerships to attain the goals. As organizations, we have an unavoidable commitment to society and we face a path full of challenges and a great opportunity to become engines of change. Let's combine forces for a more sustainable and developed society!

At the time of publication of this book, we are working on a new methodology in collaboration with the SERES Foundation, called rsc3, which will allow us to carry out a strategic reflection on Corporate Social Responsibility in order to align the company's purpose with social commitment.

TESTIMONIO / TESTIMONY

## José María Cubillo

Director General de MESIAS - Inteligencia de Marca España  
General Manager MESIAS – Intelligence Spain Brand



### *Un caso único de proyecto de Responsabilidad Social Corporativa A unique Corporate Social Responsibility project*

Ayudar a salvar vidas a través de la Seguridad Vial es parte del compromiso de Gonvarri con la sociedad, un compromiso que ejerce a través de su división de Seguridad Vial mediante el desarrollo y la mejora de los mecanismos de protección y contención en las carreteras.

Pero si lo llevamos al terreno del altruismo, Emotional Driving es un caso único de proyecto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) desarrollado por una empresa con un modelo de negocio de empresa a empresa (B2B), es decir, empresas que proveen productos y servicios a otras empresas.

Estamos ante un programa de seguridad vial muy completo y dinámico por la amplia variedad de acciones que ha desarrollado hasta la fecha y el gran público al que hace llegar su mensaje. Para alcanzar sus objetivos Emotional Driving ha encontrado en el marketing su mejor aliado, utilizando la potencia que proporcionan las técnicas y herramientas de marketing para desarrollar acciones y campañas creativas que impacten sobre la vida y el bienestar de las personas.

El programa combina la generación de experiencias, sensaciones y sentimientos, junto con relatos y valores, y todo ello, en un marco emotivo/experiencial audiovisual.

Helping to save lives through road safety is part of Gonvarri's commitment to society, a commitment that it exercises through its Road Safety division by developing and improving road protection and containment mechanisms.

In terms of altruism, Emotional Driving is a unique example of a Corporate Social Responsibility (CSR) project developed by a company with a business-to-business (B2B) business model, i.e. companies that provide products and services to other companies.

This is a very complete and dynamic road safety program, given the wide variety of actions it has developed to date and the large audience it reaches. To achieve its goals, Emotional Driving has found a great ally in marketing, using the power provided by marketing techniques and tools to develop creative actions and campaigns that impact people's lives and wellbeing.

The program combines the generation of experiences, sensations and feelings, along with stories and values, and all this, in an emotional/experiential audiovisual framework.



TESTIMONIO / TESTIMONY

## Jesús Monclús

Director del Área de Prevención y Seguridad Vial. Fundación Mapfre

Director of Prevention and Road Safety. Fundación Mapfre

### *La unión hace la fuerza In unity, strength*

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible representan una necesidad ineludible para las personas y el planeta y son una oportunidad única para la seguridad vial. Es intolerable que 50 millones de personas cada año sufran lesiones graves como resultado de un siniestro de tráfico que podría haberse evitado. La buena noticia es que por primera vez la seguridad vial se incluye en los ODS a nivel global, lo cual es fundamental, porque traslada a la sociedad la importancia de reducir las lesiones de tráfico, llama a todas las organizaciones y a todos los individuos a la acción, permite tender puentes con aspectos tan relevantes como el medio ambiente y la salud y, muy importante, reconoce el esfuerzo de todos los que trabajamos para mejorar la seguridad.

También es justo destacar el compromiso de muchas empresas que demuestran con sus buenas prácticas una responsabilidad compartida en el ámbito de la seguridad vial, esencial para avanzar en cinco áreas de vital importancia, como son las personas, el planeta, la prosperidad, la paz y las alianzas. Buenas prácticas entre las que cabe destacar la seguridad de los desplazamientos de los empleados, el impulso de vehículos más seguros y limpios o el uso de la tecnología para eliminar distracciones al volante. Queda mucho por hacer, no hay duda, pero lo cierto es que cada vez hay más empresas comprometidas, que promueven iniciativas realmente inspiradoras, innovadoras y eficientes, como es el caso de Gonvarri y su Emotional Driving. Y eso es una gran noticia para todos.

The Sustainable Development Goals are a manifest need for people and the planet and offer a unique opportunity for road safety. It is intolerable that 50 million people are seriously injured each year as a result of traffic accidents that could have been avoided. The good news is that for the first time road safety is included in the SDG at a global level, which is fundamental, because it communicates to society as a whole the importance of reducing road injuries, calls all organizations and individuals to action, allows us to make connections with such important things as the environment and health and, very importantly, recognizes the efforts of all of us who work to improve safety.

It is also necessary to emphasize the commitment of many companies, which demonstrate through their good practices a shared responsibility in the field of road safety. Their actions are essential to make progress in five vital areas: people, the planet, prosperity, peace and partnerships. These good practices include everything from making employees' journeys safer, promoting safer and cleaner vehicles and using technology to eliminate driving distractions, to promoting active mobility in cities, among many others. Unquestionably, much remains to be done, but the truth is that more and more companies are committed, promoting truly inspiring, innovative and efficient initiatives, as is the case of Gonvarri and its Emotional Driving. And that is great news for everyone.

TESTIMONIO / TESTIMONY

## Bienvenido Nieto

Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón  
Pozuelo de Alarcón Municipality

### *Los niños nos dan lecciones sobre seguridad vial Children give us lessons in road safety*

Durante más de 30 años me he dedicado en cuerpo y alma a dos de mis pasiones: la seguridad vial para contribuir a una movilidad segura, eficiente y sostenible, y la educación de niños, jóvenes y adolescentes. Toda mi vida profesional ha estado encauzada a la docencia, labor que he seguido desarrollando tras comenzar a trabajar como funcionario de la Policía Municipal en la localidad de Pozuelo de Alarcón.

He basado mi formación en estos valores, por una sencilla razón: porque creo en ellos. En este contexto, encontré en Emotional Driving un perfecto compañero de viaje por su perfil formador a través de la transmisión de valores positivos, integrales motivadores tratando de motivar siempre actitudes y hábitos viales correctos y considerados.

Durante los últimos años y con el apoyo directo de Emotional Driving y de AESLEME, he organizado el Concurso de Educación y Seguridad Vial en Pozuelo de Alarcón en el que niños y niñas, jóvenes y adolescentes, pertenecientes a más de 15 colegios, institutos y centros educativos nos han presentado individual y colectivamente miles de propuestas en las categorías de Dibujo, Eslogan, WhatsApp de Seguridad y Movilidad Vial.

Aún queda mucho camino por andar y entre todos debemos tratar de lograr que la seguridad vial sea una asignatura para contribuir al tan ansiado "Objetivo Cero", tanto de personas que pierden la vida como de accidentes graves.

For more than 30 years I have dedicated myself body and soul to two of my passions: road safety to contribute to safe, efficient and sustainable mobility and the education of children, young people and adolescents. My entire professional life has been focused on teaching, a task that I have continued to develop after starting to work as a municipal police officer in the town of Pozuelo de Alarcón.

I have based my training on these values, for a simple reason: because I believe in them. In this context, I found in Emotional Driving a perfect travel companion, given its training based on the transmission of positive values, vital motivators that try to always motivate towards correct and careful attitudes and road habits.

Over the last few years and with the direct support of Emotional Driving and AESLEME, I have organized the Road Safety and Education Competition in Pozuelo de Alarcón, where children, young people and adolescents from more than 15 schools, institutes and educational centers have individually and collectively submitted thousands of proposals in the categories of Drawing, Slogans, WhatsApp of Road Safety and Mobility.

There is still a long way to go and we must all try to make road safety a classroom subject to contribute to the much-desired "Zero" goal, both in terms of accidents and people who lose their lives in them.



TESTIMONIO / TESTIMONY

## Ignacio Villoch

Consultor de Innovación Digital BBVA  
Innovation Consultant Digital BBVA

*La innovación en el relato, una de las claves del éxito de Emotional Driving*

*Innovation in storytelling, one of the keys to the success of Emotional Driving*

Cuando pensamos en un vehículo, uno de los conceptos que más nos gusta escuchar es la innovación. Un valor tangible que goza de muy buena aceptación y que puede ser aplicado a un motor más avanzado, a un consumo más eficiente o a un diseño revolucionario.

Los coches son cada vez mejores, más rápidos, más cómodos y, sobre todo, más seguros. Este último es uno de los aspectos a los que más esfuerzos dedican los fabricantes de vehículos en todo el mundo. En esta línea, podríamos deducir que las cifras de accidentalidad vial deberían seguir una tendencia a la baja en nuestra sociedad. Nada más lejos de la realidad, los datos de los últimos años son claros: no estamos reduciendo la siniestralidad vial.

Todas las miradas apuntan a un causante principal: el fallo humano. Debemos seguir los pasos de la evolución de los vehículos e innovar en la concienciación y en el mensaje que dirigimos a toda la sociedad. Debemos ponernos en acción y motivar, como hace Emotional Driving, a la gente a ser responsable y conducir de manera segura. ¡Hacer de nuestras carreteras un lugar más seguro depende de nosotros, los conductores!

When we think of a vehicle, one of the concepts we like to hear most is innovation. This is a highly accepted, tangible value that can be applied to a more advanced engine, to more efficient consumption, or to a revolutionary design.

Cars are increasingly better, faster, more comfortable and, above all, safer. This last point is one of the aspects to which vehicle manufacturers worldwide devote the greatest effort. Because of this, we might conclude that road accident figures are on a downward trend in our society. Nothing could be further from the truth. The data from recent years is clear: we are not reducing road accidents.

All eyes are focused on one main cause: human error. We must follow the path of the improved vehicles and innovate in terms of awareness and the message we send to society as a whole. We must take action and motivate people, as Emotional Driving does, to be more responsible and drive more safely. Making our roads a safer place depends on us, the drivers!

ir al **índice**  
go to **index**



## COMPAÑEROS DE VIAJE / FELLOW TRAVELERS

## Reconocimientos

## Acknowledgements



*Cada reconocimiento, cada sonrisa y palabra de agradecimiento suponen un impulso y una motivación para seguir adelante.*

*Every sign of gratitude, every smile and word of thanks is a spur and a reason to keep going.*



A lo largo de estos cinco años, el proyecto Emotional Driving ha ido sumando un gran número de reconocimientos de gran prestigio, tanto nacionales como internacionales.

Uno de los más importantes, y que hemos recibido con sincero orgullo, es el Premio Ponle Freno otorgado por Atresmedia en la categoría «Mejor iniciativa de seguridad vial laboral» en 2019. Esta distinción, que ha cumplido ya once ediciones de compromiso con la seguridad vial, es la primera gran iniciativa de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia, una plataforma de acción impulsada junto a la Fundación AXA, cuya misión es reducir a cero el número de víctimas en carretera, a través de numerosas campañas de concienciación, sensibilización y educación vial. El CEO de Gonvarri, Josu Calvo, recogió el galardón en un acto celebrado en el Palacio del Senado. En su discurso de agradecimiento, recalcó el compromiso de Gonvarri con la seguridad vial mediante su programa Emotional Driving y su división de negocio Road Steel para el desarrollo de sistemas de contención de vehículos para carreteras.

Over these five years, the Emotional Driving project has received a large number of prestigious national and international awards.

One of the most important, and which we have received with sincere pride, is the Ponle Freno Award given by Atresmedia in the category "Best initiative in occupational road safety" in 2019. This award, which is now in its eleventh edition of commitment to road safety, is the first major Corporate Responsibility initiative of Atresmedia, a platform for action promoted along with the AXA Foundation, whose mission is to reduce to zero the number of road victims, through numerous awareness campaigns and road safety education. Gonvarri's CEO, Josu Calvo, collected the award at a ceremony held at the Senate Palace. In his speech of gratitude, he stressed Gonvarri's commitment to road safety through its Emotional Driving program and its Road Steel business division for the development of road vehicle restraint systems.



**INOVA**  
Awards



**STEVIE**  
International  
Business Awards



**MUTUA  
UNIVERSAL**  
Premio Innovación  
y salud



**EXPANSIÓN**  
50 Mejores ideas  
Digitales



**PREMIOS  
PREVENCIONAR**



**SABRE**  
Awards EMEA



**STEVIE**  
International  
Business Awards



**ATREVIA**  
Premio a las mejores  
prácticas de  
Comunicación  
Internacional



**STEVIE**  
International  
Business Awards

Otro de los reconocimientos más destacados es el caso de estudio sobre Emotional Driving publicado en el proyecto PRAISE (Preventing Road Accidents and Injuries for the Safety of Employees) de European Transport Safety Council (ETSC). ETSC es una organización independiente afincada en Bruselas que trabaja en favor de la reducción del número de muertes y accidentes de tráfico en Europa. Asimismo, provee de asesoramiento imparcial especializado en materia de seguridad vial a organismos como la Comisión Europea, el Parlamento Europeo o los

Another outstanding acknowledgement is the case study on Emotional Driving published in the European Transport Safety Council (ETSC) project PRAISE (Preventing Road Accidents and Injuries for the Safety of Employees). ETSC is an independent organization based in Brussels that works towards reducing the number of road deaths and accidents in Europe. It also provides impartial expert advice on road safety to bodies such as the European Commission, the European Parliament and the Member States. For Emotional Driving it is a privilege that such



PREMIOS  
EIKON



MERCURY  
Excellence  
Awards



CEA  
The Corporate  
Engagement  
Awards 2015



PUBLIFESTIVAL  
Festival Internacional de  
Publicidad Social



CSR  
The International  
Excellence Awards



PONLE FRENO AWARD  
Best Road Safety Initiative

Estados Miembro. Para Emotional Driving es un privilegio que una organización de tan alto prestigio haya reconocido de tal modo esta iniciativa. Bajo el título Gestionando Riesgos Viales en el Trabajo, PRAISE aborda la importancia de concienciar y sensibilizar a los conductores en sus desplazamientos *in itinere*. El caso de estudio tiene como objetivo «promocionar las buenas prácticas de las empresas que se preocupan por la seguridad de sus empleados», y hace un repaso por todas las iniciativas y acciones llevadas a cabo por Emotional Driving, subrayando

a prestigiosas organizaciones que han reconocido esta iniciativa. Under the title Managing Road Risks in the Workplace, PRAISE addresses the importance of raising awareness and sensitizing drivers on their commutes, their journeys *in itinere*. The case study aims to "promote the good practices of companies that are concerned about the safety of their employees", and reviews all the initiatives and actions carried out by Emotional Driving, highlighting the differential value of its program: awareness and sensitivity through positive and emotional messages.

el valor diferencial de su programa: la sensibilización y concienciación a través de mensajes positivos y emotivos.

Emotional Driving también ha llamado la atención de diferentes organizaciones dedicadas a la seguridad vial, y ha sido presentado en foros de gran prestigio. Por ejemplo, en la Semana de la Movilidad y Seguridad Vial organizada por el Grupo Sesé, cuyo objetivo es definir las necesidades que debemos abordar en materia de seguridad vial y la aplicación de tecnologías de vanguardia en esta materia; o en la Jornada de Seguridad Vial organizada por Muprespa, cuyo fin es reflexionar sobre aportaciones preventivas que son referentes de comportamientos responsables y compartir buenas prácticas que se están llevando a cabo para reducir la siniestralidad vial. Sergio González y Juan Cruz de Pablo, en representación del departamento de Comunicación y Sostenibilidad de Gorrí, expusieron las claves de Emotional Driving, las diferentes iniciativas tanto internas como externas llevadas a cabo, su valor diferencial respecto a otros programas de seguridad vial y los diferentes públicos a los que se dirige, haciendo un repaso del recorrido del programa y citando sus planes de futuro.

El programa ha sido premiado con otros importantes galardones:

- Categoría de Comunicación Interna por el Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, International Business Awards (Gold), EIKON (Gold), Corporate Engagement Awards 2015 (CEA) y Publifestival.

Emotional Driving has also attracted the attention of different organizations dedicated to road safety, and has been presented in highly prestigious forums. For example, at the Mobility and Road Safety Week organized by the Sesé Group, whose objective is to define the needs that we must address in terms of road safety and the application of cutting-edge technologies in this area; or at the Road Safety Day organized by Muprespa, the aim of which is to reflect on preventive measures that are reference points for responsible behavior and to share good practices that are helping reduce road accidents. Sergio González and Juan Cruz de Pablo, representing Gorrí's Communication and Sustainability Department, presented the essential aspects of Emotional Driving, the various internal and external initiatives carried out, its differential value with respect to other road safety programs and the varied audiences it is aimed at, reviewing the program's progress and citing its future plans.

The program has been awarded other important prizes:

- Internal Communication category by the Internal Communication and Corporate Identity Observatory, International Business Awards (Gold), EIKON (Gold), Corporate Engagement Awards 2015 (CEA) and Publifestival.
- Corporate Social Responsibility and Road Safety Initiative by CSR International Excellence Award 2015, Social Company Awards and the recognition of Best Practice in Road Safety at Work by the General



Josu Calvo, CEO de Gonvarri, posando con el resto de premiados de Ponle Freno 2019 en el Senado, acompañado del ministro de Interior, Fernando Grande-Marlaska y el director de la DGT, Pere Navarro  
Josu Calvo, CEO Gonvarri, posing with the rest of Ponle Freno 2019 awards winners in the Senate, accompanied by the Ministry of the Interior, Fernando Grande-Marlaska, and the Director-General of DGT, Pere Navarro

- Iniciativa de Responsabilidad Social Corporativa y Seguridad Vial por CSR International Excellence Award 2015, Premios Empresa Social y el reconocimiento Best Practice en Seguridad Vial Laboral por la Dirección General de Tráfico. Por último, ha recibido la mención de honor en los Mercury Excellence Awards en la categoría de Campaigns – Corporate/Commercial: Corporate Social Responsibility Practices.
- La webserie de Emotional Driving ha recibido también el galardón de bronce de los International Business Awards en la categoría de Branded Content.

Directorate of Traffic. Lastly, it received honorable mention at the Mercury Excellence Awards in the category of Campaigns - Corporate/Commercial: Corporate Social Responsibility Practices.

- The Emotional Driving web series has also received the bronze award of the International Business Awards in the category of Branded Content.



Juan Llovet, director corporativo de Comunicación y Sostenibilidad de Gonvarri, recibe el premio a Emotional Driving de manos de la alcaldesa de Pozuelo de Alarcón, Susana Pérez Quislant.

Juan Llovet, Gonvarri Corporate Director of Communications and Sustainability, receives the award for Emotional Driving from Susana Pérez Quislant, Major of Pozuelo de Alarcón

- La campaña "La seguridad vial también es cosa de niños" ha recibido dos premios en 2017: el galardón de plata de los International Business Awards en la categoría de Corporate Communication - PR Campaign y el iNova de plata en la categoría de Vídeo de Responsabilidad Social Corporativa.
- The campaign "Road safety is also a child's business" received two awards in 2017: the silver award of the International Business Awards in the category of Corporate Communication - PR Campaign and the silver iNova in the category of Corporate Social Responsibility Video.

Pero más allá del premio físico, lo realmente importante, la verdadera recompensa, es que estos reconocimientos confirman que el trabajo realizado por Emotional Driving tiene sentido, que funciona, que ha calado en la sociedad, y que está salvando vidas. Que estamos

But beyond the physical award, what is really important, the real reward, is that these recognitions confirm that the work done by Emotional Driving makes sense, that it works, that it has permeated society, and that it is saving lives. That we are managing to change

consiguiendo cambiar actitudes y hábitos en los conductores, convirtiendo el viejo método de "aprender a base de cometer errores" en una verdadera cultura de prevención, de concienciación y sensibilización ante un drama evitable. Un cambio de valores y prioridades que no es fácil en nuestro país, y que requiere de argumentos sólidos y contundentes. Para promover ese cambio no bastan las instrucciones, los procedimientos o las prohibiciones, hay que llegar al interior de las personas. Y ese es, precisamente, el mayor mérito de Emotional Driving. Ha sabido enganchar a todos los públicos por la dimensión de sus mensajes, positivos y motivadores, por el poder de convicción de sus campañas y por su dinámica eminentemente participativa. Este es el verdadero premio.

Para todos los que formamos parte de Gonvarri, y especialmente los que estamos directamente involucrados en Emotional Driving, cada uno de estos reconocimientos es un nuevo impulso, una motivación más para seguir adelante. Con mayor ilusión, si cabe. Porque estos cinco años de apasionante y fructífero recorrido no son más que el principio del camino.

Un camino de valores y compromiso con los demás que nos marcó nuestro fundador, Francisco Riberas. Él nos enseñó que tenemos la obligación de devolver a la sociedad parte de lo que ella nos ha dado. Con generosidad, con humildad, con honestidad. Ese y no otro es el espíritu que guía a Emotional Driving desde su origen. El espíritu de Francisco Riberas. A él va dedicado este proyecto, con nuestro más sincero agradecimiento y eterno reconocimiento a su legado.

attitudes and habits in drivers, converting the old method of "learning by making mistakes" into a true culture of prevention, awareness and sensitivity to an avoidable tragedy. This involves a change in values and priorities that is not easy in our country, and which requires solid and convincing arguments. To encourage this change, instructions, procedures and prohibitions are not enough; we must reach out to people. And that is precisely the greatest merit of Emotional Driving. It has been able to engage all audiences because of the nature of its messages, which are positive and motivating, because of the power of conviction of its campaigns and because of its eminently participatory dynamics. This is the real prize.

For all of us who are part of Gonvarri, and especially those who are directly involved in Emotional Driving, each of these recognitions is a new spur, one more motivation to keep going forward. With even greater enthusiasm. Because these five years of exciting and fruitful journey are only the beginning of the road.

A path of values and a commitment to others that our founder, Francisco Riberas, marked out for us. He taught us that we have an obligation to give back to society part of what it has given us. With generosity, with humility, with honesty. That and no other is the spirit that has guided Emotional Driving since its origins. The spirit of Francisco Riberas. This project is dedicated to him, with our most sincere gratitude and everlasting recognition of his legacy.

ir al **índice**  
go to **index**







# Epílogo

# *Epilogue*



## Los valores del Fundador

### The Founder's values

Valores y principios sólidos, firmes, que fueron creciendo con él año tras año, vivencia tras vivencia, y que siempre fueron parte de sí mismo. Valores a los que siempre se mantuvo fiel, que nunca chocaron con sus sueños y sus ambiciones. Valores que no nacieron precisamente de la felicidad y la seguridad, sino de la necesidad y la incertidumbre.

«Era el mejor de los tiempos; era el peor de los tiempos.» En efecto, la célebre frase que inicia la novela de Dickens *Historia de dos ciudades* bien podría aplicarse a la vida de Francisco Riberas. Pues fue sin duda un personaje muy dickensiano en sus inicios, nacido en un entorno de miseria y necesidad, en una ciudad y en un país con más locura que sabiduría, con más tinieblas que luz, con más incredulidad que creencias; y más sumido en el invierno de la desesperación que en la primavera de la esperanza, continuando con la novela de Dickens. Pero, como en los personajes del escritor inglés, a pesar de su entorno de miseria y necesidad, a pesar de la guerra fratricida que envolvió su infancia de locura, a pesar de un destino abocado a la desesperación, en la vida de Riberas siempre hubo un resquicio para la ilusión, para los sueños, para la esperanza. Para la dignidad. Siempre hubo fuerzas suficientes para luchar y avanzar, para escapar del guion que tenía asignado y perseguir un final feliz. Fuerzas que nacían y se alimentaban de sus valores.

Solid, firm values and principles that year after year, experience after experience, grew stronger in him and always remained a part of him. Values he always stayed faithful to, that never clashed with his dreams and ambitions. Values that were not born from happiness and security, but rather from necessity and uncertainty.

“It was the best of times; it was the worst of times.” Indeed, the famous phrase that opens Dickens’ novel *A Tale of Two Cities* could well be applied to the life of Francisco Riberas. He was indisputably a very Dickensian character in his early days, born into an environment of misery and need, in a city and a country with more madness than wisdom, more darkness than light, more disbelief than belief. And more immersed in the winter of despair than in the spring of hope, if we may continue with the parallel to Dickens’ novel. But, like the English writer’s characters, despite his surroundings of misery and need, despite the fratricidal war that cloaked his childhood in madness, despite a destiny doomed to despair, in Riberas’ life there was always a space for dreams, for hope. For dignity. He always found enough strength to fight and get ahead, to escape from the script he was assigned and to pursue a happy ending. These were the forces that gave birth to and nourished his values.



Valores como el esfuerzo. El camino que recorrió Francisco Riberas Pampliega fue largo, a menudo penoso (sobre todo al principio), pero casi siempre reconfortante. Hubo esfuerzo, sí; y sacrificios; y renuncias. Pero en la balanza final hubo ciertamente más luces que sombras, fundamentalmente porque Riberas supo hallar luz donde, a priori, solo había oscuridad (como la Luna, que en la oscuridad brilla con mayor intensidad); y no de manera puntual, sino en multitud de ocasiones a lo largo de toda su existencia. Fue un libro, el de su vida, con no pocas páginas negras y grises, pero en el que al final abundaron los colores vivos; como suele decir el sabio Jorge Font, deportista tetrapléjico y ponente de Lo Que De Verdad Importa: «He descubierto que en las páginas más negras es donde han brillado los colores más hermosos». Y así fue también en el libro de Francisco Riberas: en los momentos de mayor dificultad y penuria es en los que él halló la fuerza, la entrega, el valor, la ilusión; cuando sacó todo lo excepcional que llevaba dentro.

Values such as effort. The path Francisco Riberas Pampliega took was long, often painful (especially at the beginning), but almost always reassuring. There was effort, yes; and sacrifices; and renunciations. But in the final balance there was certainly more light than shadow, mainly because Riberas knew how to find light where, a priori, there was only darkness (like the moon, which shines most brightly in darkness); and not just once, but on many occasions throughout his existence.

His life was a book with no small number of black and grey pages but in which, in the end, bright colors abounded; as the wise Jorge Font, a quadriplegic sportsman and speaker at the What Really Matters conferences, says: "I have discovered that it's in the blackest moments that the most beautiful colors have shone". And this is also true of Francisco Riberas' book: it was in the moments of greatest difficulty and hardship that he found strength, dedication, courage and enthusiasm, when all that was exceptional in him came to the fore.

Valores como el éxito. Algo mucho más profundo y auténtico que el dinero, el poder o la vanidad. Era el triunfo del trabajo sin descanso, de la entrega total, del respeto a las reglas, de la satisfacción de haberlo dado todo porque era lo que había que hacer y punto. El éxito de su humanismo ejemplar, de su actitud con los demás, de su generosidad y su arraigado sentido de la moralidad, de hacer en cada momento no lo que es fácil, sino lo que es correcto. Y siempre, siempre con una humildad fuera de lo común, con una sencillez extraordinaria, que es quizás lo más valioso de su éxito, el personal y el empresarial. Y también el éxito de sus hijos, como continuadores de su legado y de sus valores; un éxito del que se sentía especialmente orgulloso.

Valores como la honestidad, la ética empresarial, el valor de la palabra dada. Francisco Riberas fue también en este sentido un empresario extraordinario, en el que esos valores -la honradez sin concesiones y la solidaridad con los demás- formaban parte de su ADN, al igual que su instinto emprendedor. Riberas llegó a lo más alto sin dejar damnificados en el camino, sin rendirse a sus ambiciones y sin apartar la vista ni el pensamiento de aquellos que tenía a su alrededor.

Valores que, como si formaran parte del mismísimo ADN de la familia, han pasado también a la siguiente generación. Y siguen guiando todas las actividades de la empresa desde que los hijos del Fundador tomaron el relevo.

Values such as success. Something much deeper and more authentic than money, power or vanity. It was the triumph of tireless work, of total dedication, of respect for the rules, of the satisfaction of having given one's all because it was what had to be done, period. The success of his exemplary humanism, of his attitude towards others, of his generosity and his deep-rooted sense of morality, of doing at every moment not what is easy, but what is right. And always, always with an extraordinary humility, with an extraordinary simplicity, which is perhaps the most valuable aspect of his personal and business success. And also the success of his children, as protectors of his legacy and his values; a success of which he was especially proud.

Values such as honesty, business ethics, the value of the word given. Francisco Riberas was also an extraordinary businessman in this sense, in which these values - uncompromising honesty and solidarity with others - were as much a part of his DNA as his entrepreneurial instinct. Riberas reached the top without leaving behind any victims along the way, without surrendering to his ambitions and without turning his eyes or thoughts away from those around him.

Values that, as if they formed part of the very DNA of the family, have also been passed on to the next generation. And they have continued to guide all of the company's activities since the Founder's children assumed leadership of the business.

ir al [índice](#)  
go to [index](#)





El camino continúa  
The journey continues

Este pensamiento, esta permanente conciencia de los demás, este compromiso indestructible con su gente, es el mismo que sigue guiando a la empresa desde que los hijos del Fundador tomaron el relevo; y es también el que ha inspirado la creación de Emotional Driving, hace cinco años. Como no podía ser de otra manera.

Cinco años en los que se ha realizado un gran trabajo, y en los que se han establecido las bases para que nuestra sociedad conduzca de manera responsable, contribuyendo a salvar muchas vidas en la carretera. Cinco años en los que se han buscado los mejores socios, herramientas y estrategias para concienciar no solo a nuestros trabajadores, sino a muchos miles de conductores y futuros conductores, de niños y colectivos vulnerables. Cinco años en los que se han realizado impactantes roadshows, se han desarrollado creativas campañas de marketing, se han editado libros y estudios muy reveladores o se han organizado concursos didácticos y divertidos para los más pequeños. Y se han logrado también importantes reconocimientos nacionales e internacionales, cuyo principal efecto es contribuir a extender aún más el mensaje de Emotional Driving.

Cinco años de grandes logros, de los que estamos muy satisfechos y orgullosos. Pero esto es solo el principio. No debemos olvidar que sigue quedando un largo camino por recorrer, como empresa, como individuos y como sociedad. El objetivo es claro: lograr las metas establecidas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, especialmente el de reducir a cero las muertes en accidentes de tráfico. Para conseguirlo —porque estamos seguros de que se puede alcanzar ese Objetivo Cero—, no podemos parar ni un segundo. Es prioritario seguir trabajando, seguir confiando, seguir avanzando; y seguir buscando complicidades y alianzas con todos los agentes de la sociedad, con todas las personas. Solo así, uniendo las fuerzas e ilusiones de todos, es posible llegar a la meta y construir una sociedad más responsable y concienciada en seguridad vial. Una sociedad más viva.

This thoughtfulness, this permanent awareness of others, this indestructible commitment to his people, is exactly what continues to guide the company since the Founder's children took over; and it is also what inspired the creation of Emotional Driving five years ago. As could not be otherwise.

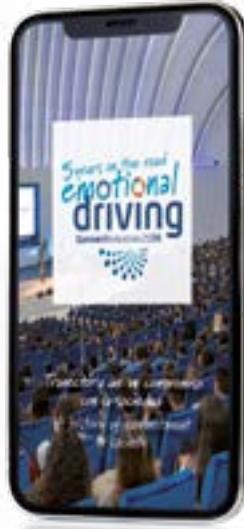
Five years during which a great deal of work has been done, and in which the foundations have been laid for our society to drive responsibly, helping to save many lives on the road. Five years during which we have sought the best partners, tools and strategies to raise awareness not only among our workers, but also among many thousands of drivers and future drivers, children and vulnerable groups. Five years during which impacting road shows have been held, creative marketing campaigns have been developed, books and studies have been published that are highly revealing, and educational and fun competitions have been organized for the youngest members of the public. And important national and international recognition has been achieved, whose main effect is to contribute to spreading even more the message of Emotional Driving.

Five years of great achievements, of which we are very satisfied and proud. But this is just the beginning. We must not forget that there is still a long way to go, as a company, as individuals and as a society. The goal is clear: to achieve the targets set by the United Nations Sustainable Development Goals, especially that of reducing road deaths to zero. To achieve this - because we are sure that this Goal Zero can be reached - we cannot stop for even one second. It is a priority to continue working, to continue trusting, to continue advancing; and to continue seeking complicities and partnerships with all agents of society, with all people. Only in this way, by uniting all of our forces and wills, will it be possible to reach the goal and build a society more responsible and aware in road safety. A more vital society.

ir al **índice**  
go to **index**







¿Cómo ha cambiado  
tu visión de la conducción?

Cinco años de Emotional Driving,  
repletos de mensajes motivadores y  
acciones para concientiarte a conducir  
de manera segura y responsable.

How has your view  
of driving changed?

Five years of Emotional Driving, full of  
motivating messages and actions to  
make you aware of the need to drive  
more safely and responsibly.

ir al **índice**  
go to **index**



Apple



Android

The background of the image shows a white car driving on a road through a green, hilly landscape under a clear blue sky.

comunicación

respeto

attitude sentido

emoción prudencia

together awareness

share

communication

cambio satisfaction

innovation  
sensitizing

juntos  
comportamiento

road

ilusión

light





**Emotional Driving** cumple cinco años concienciando a los trabajadores de Gonvarri y al conjunto de la sociedad a través de mensajes positivos para que conduzcan con responsabilidad. ¡Descúbrelo y emociónate!

¡Te convertirás en un conductor más responsable!

**Emotional Driving** is celebrating its fifth year of raising awareness among Gonvarri employees and society as a whole through positive messages to inspire people to drive responsibly - find out how it will move you!

You will become a more responsible driver!

