

EMOTIONAL DRIVING



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 became 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
 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 cuanto 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.

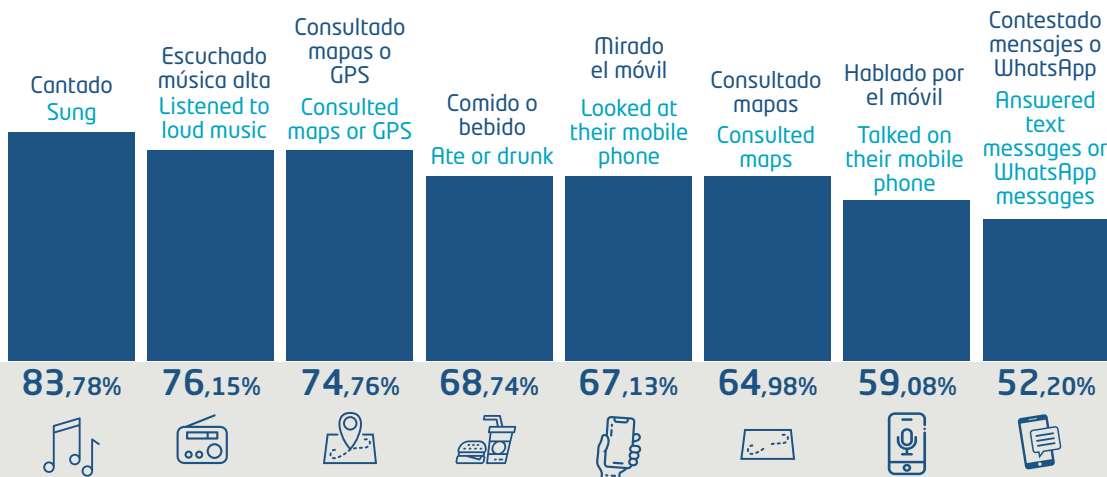
Distracciones de los jóvenes españoles mientras conducen

Pero los resultados del estudio van mucho más allá. Una de las primeras conclusiones que cabe extraer es que los jóvenes españoles no solo cometen 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:

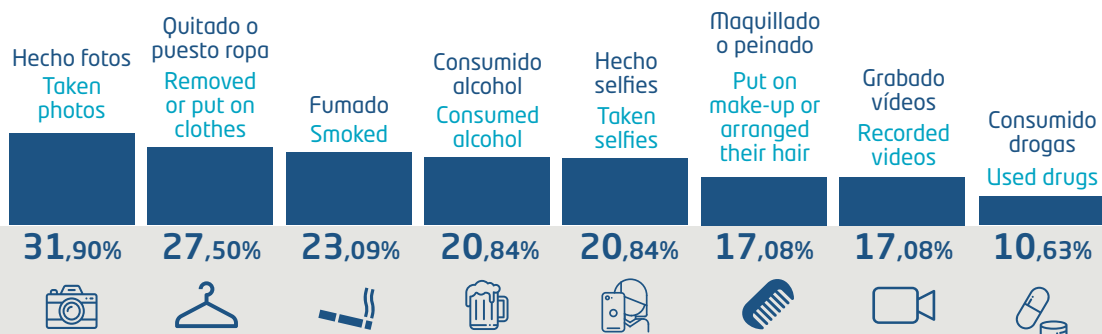


Resulta igualmente significativo analizar cuáles de las imprudencias relacionadas con el uso del móvil mientras conducen perciben como más arriesgadas. Destacan las redes sociales, leer noticias y escribir mensajes de texto, pero también hacer fotos o vídeos... y enviarlos. Todas estas acciones son claramente 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 concienciar 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.



Visualiza el catálogo completo en
www.emotionaldriving.com
 View the full campaign



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

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



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

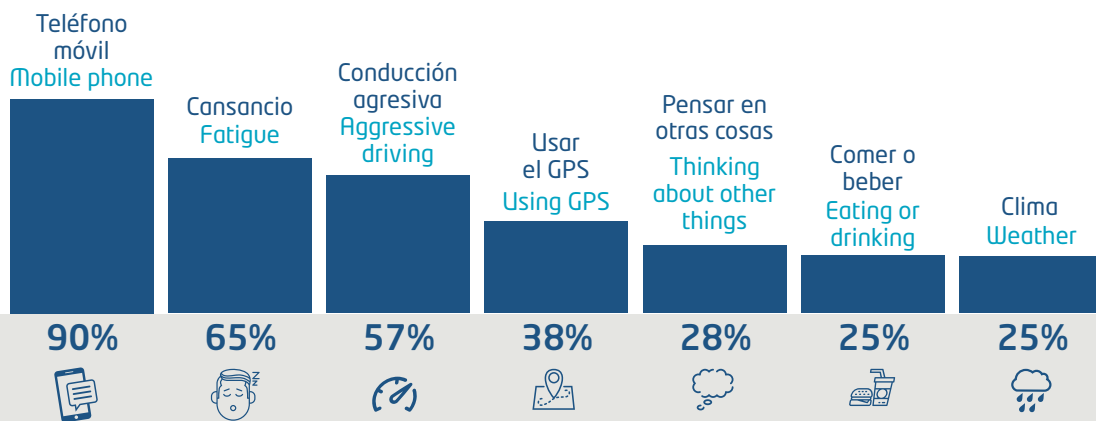
Respecto a las costumbres al volante, el primer dato destacable indica que más de la mitad de los conductores se han puesto en peligro a sí mismos y han puesto en peligro a los demás por culpa de una distracción. No es un problema menor, el de las distracciones: un 76,98% de los españoles se distrae 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.

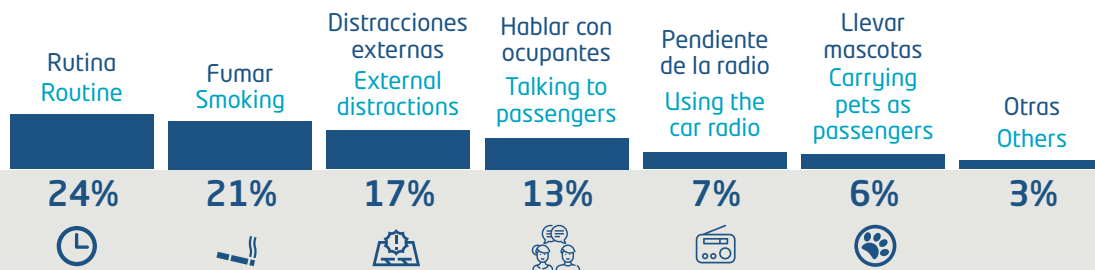
Otro dato significativo es que aproximadamente 1 de cada 4 conductores ha tenido un incidente pequeño o un susto causado por alguna distracción al volante, pero son solo 2 de cada 10 cuando se trata de un accidente grave. Un 20% de los encuestados reconoce haber advertido al conductor que dejara de utilizar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

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.

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.

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 autocrítica 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".



Visualiza el catálogo completo en
www.emotionaldriving.com
 View the full campaign



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 vial 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.



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

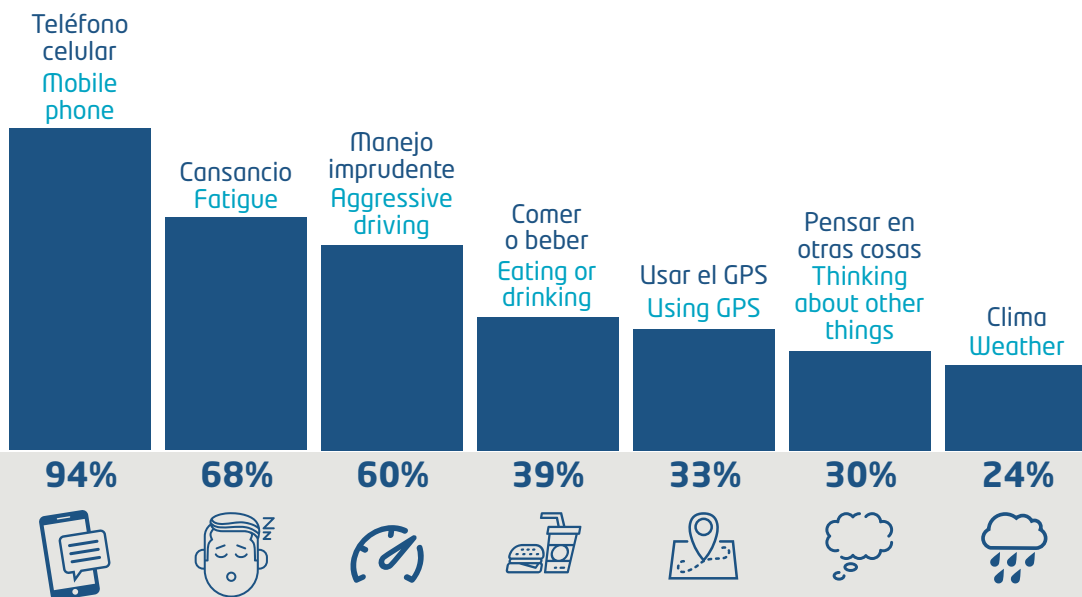
En un elevado porcentaje, 81,24%, los argentinos encuestados reconocen distraerse cuando conducen, aunque la mayoría afirma hacerlo en raras ocasiones (55,70%), mientras que el 20,92% confiesa distraerse en ocasiones y el 4,62% lo hace habitualmente. Tan solo el 18,76% de los conductores asegura que 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.

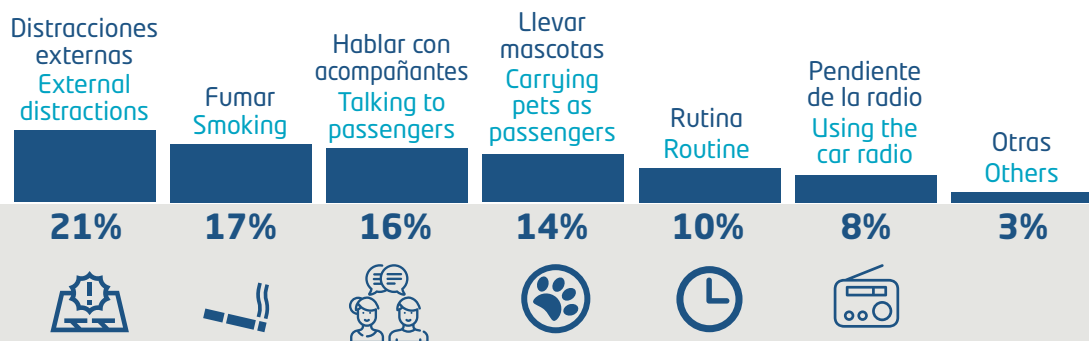
Si llevamos la reflexión a este terreno, 9 de cada 10 conductores (93,61%) consideran que el teléfono móvil es la principal causa de distracción al volante, siendo el cansancio (68,27%) y la conducción agresiva (60,41%) otras causas importantes.

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 vídeos (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 Argentini-ans consider that it is not; but curiously the same percentage, 82.32% of Argentini-ans 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 Argentini-ans 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.