



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 "LQDVI". 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.