



Emotional Driving

Un proyecto de Gonvarri Steel Services



Proyecto Emotional Driving

Gonvarri Steel Services, la compañía líder en centros de servicio del acero, ha decidido asumir su preocupación por sensibilizar a su entorno de lo importante que es la conducción segura. Como parte de nuestra estrategia, desarrollamos productos y servicios con gran valor añadido, que nos permiten establecer relaciones más cercanas con nuestros clientes en cuatro unidades de negocio: automoción, seguridad vial, energías renovables e industria.

Desde Gonvarri hemos decidido alinear la Seguridad Vial con la triple cuenta de resultados y con nuestros objetivos estratégicos, de forma que hemos adoptado un enfoque multidimensional, capaz de arraigar en todos los niveles de la compañía. Para ello hemos creado el **Proyecto Emotional Driving**, que combina tres dimensiones:



La Seguridad Vial resulta crucial para nosotros porque creemos que es inaceptable toda pérdida de vidas humanas en accidentes de tráfico. Nuestro objetivo, es tratar de minimizar esta cifra en la sociedad. Por ello, hemos contado con el apoyo de **la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (AESLEME)**, colaborador clave en nuestra política de Acción Social y que se ha convertido en el canal transmisor de emociones hacia nuestros empleados, sus familiares y conocidos.



El Eje Seguridad y Salud es fundamental en nuestro **compromiso con las personas**. Por ello, como parte de nuestra preocupación por la sociedad, queremos contribuir a salvar vidas y sensibilizar a nuestros empleados, especialmente incidiendo en la dimensión preventiva del asunto. De la misma manera, queremos incorporar un componente motivacional que ayude a las personas a recordar en todo momento por qué deben conducir de una forma segura.



La integración de nuestra estrategia empresarial con nuestra preocupación por nuestros empleados y el entorno en el que operamos. Este proyecto parte de nuestro **Plan Estratégico** e integra en su desarrollo nuestra Política de Seguridad y Salud y nuestra Acción Social. Además, se incluye en el Plan de Movilidad que Gonvarri está desarrollando.

Finalmente, la Seguridad Vial también forma parte de nuestro **modelo de negocio** a través de la división Metal Structures, que ya puso en marcha [Road Safety First](#), cuyo contenido se refuerza con esta iniciativa. Así, incidir en la Seguridad Vial puede ayudarnos a posicionarnos en el mercado, fortalecer nuestro negocio y a diferenciarnos del resto de nuestros competidores.



A este respecto, desde Gonvarri Steel Services hemos lanzado el **Proyecto Emotional Driving**, basado en un nuevo concepto de Seguridad Vial acuñado por Gonvarri en el que, a través de la formación y de mensajes positivos, motivamos a los participantes a conducir de manera más responsable. Las características del Proyecto son:

1. La promoción de **contenido positivo y motivacional**, obviando los componentes punitivos u obligatorios tradicionalmente asociados a la Seguridad Vial.
2. Intenta incidir en la propia **responsabilidad de los trabajadores** por promover actitudes positivas en ellos y en su entorno.
3. Está **desarrollado por los propios trabajadores de la compañía**, sin los cuales sería imposible que la campaña existiera.
4. Combina, para garantizar su efectividad, **contenido emotivo con racional** y es capaz de **integrar diferentes canales de comunicación** online, presencial, dentro y fuera del trabajo, y experiencias vivenciales.
5. Se han incorporado **experiencias** que dialogan con las partes emocionales, racionales y vivenciales de los participantes. Es un elemento sine qua non desde el inicio del proyecto, ya que garantiza una perdurabilidad mayor en el día a día de nuestros empleados y sus familiares.

Objetivos



Desarrollar un nuevo concepto de conducción segura que incorpore un componente positivo y motivacional, innovando sobre la tradicional comunicación negativa y punitiva asociada a la Seguridad Vial.



Favorecer la co-creación de contenido positivo con los empleados e incentivar la participación a través de herramientas de gamificación.



Mejorar el conocimiento de los empleados de los factores de riesgo de Seguridad Vial.



Favorecer el aumento de Orgullo de Pertenencia entre los empleados.



Capitalizar el territorio de la Seguridad Vial y aumentar la visibilidad de nuestra marca, añadiendo valor a nuestros productos de equipamiento vial

Metodología

Desde Gonvarri Steel Services consideramos que el Proyecto Emotional Driving es innovador, en tanto que incorpora elementos diferenciales respecto a iniciativas similares, que añaden valor añadido y que lo caracterizan desde la propia fase de desarrollo. Este aspecto innovador se refleja en la metodología aplicada para desarrollar el proyecto:

Contenido positivo



El contenido positivo y motivacional que se extiende a lo largo de todo el proyecto obvia cualquier característica punitiva o normativa, tradicionalmente asociada a la Seguridad Vial. Consideramos que esto puede distanciar al receptor de la iniciativa y por eso hemos decidido utilizar mensajes positivos, para que entre todos los participantes busquen la motivación por conducir seguro.

Gamificación



Se ha querido crear un proyecto que facilite la participación y la motivación por cumplir determinadas acciones, gracias a la motivación implícita en el formato. Por ello, la experiencia de los participantes en todo el proyecto se encuentra gamificada, de forma que, por cada acción que realicen, formación que reciban o evento al que acudan reciben puntos u obsequios relacionados con la Seguridad Vial. Tanto en las experiencias (Jornadas de Seguridad Vial), en las que deben pasar por diferentes formaciones y simuladores, tienen que completar un circuito para obtener un kit familiar para garantizar la seguridad al circular en ciclos.

Asimismo, en la fase de reto o **Challenge** compiten por recibir puntos que se transfieren en experiencias de ocio y aprendizaje sobre la importancia de conducir de forma segura y responsable. Además, los puntos totales acumulados se convierten en una donación colectiva a RESLEME.

En mayo de 2016 tuvo lugar un nuevo challenge en las redes sociales, donde se animó a los empleados a compartir los contenidos del libro y la web serie. En seis semanas se contabilizaron más de 86.000 acciones en [Twitter](#), [LinkedIn](#) y [Facebook](#) por parte de más de dos centenares de empleados. El impacto en sus círculos más cercanos era así una realidad, al dar a conocer Emotional Driving, nuestro objetivo final.

Transmedia



Emotional Driving es un proyecto transmedia al haber adquirido diferentes formatos. Recientemente, se ha publicado el libro [Emotional Driving: Reflexiones para entender la seguridad vial con optimismo](#). Se compone de reflexiones con un mensaje positivo de víctimas de accidentes de tráfico, directivos de Gonvarri y agentes del sector. La introducción del libro está firmada por el bicampeón del mundo de rallyes Carlos Sainz. Además, se ha creado la [Webserie Emotional Driving](#), donde se da voz a cuatro de los autores del libro, que de manera cercana e impactante explican sus experiencias al volante.



Integración de diferentes procesos de comunicación y tecnología

En todo momento, el Proyecto ha buscado adaptarse a las necesidades de los trabajadores y a su día a día laboral, por lo que, al estar dirigido tanto a trabajadores de oficina, que cuentan con equipo informático y acceso a internet, como a trabajadores de nuestras fábricas, sin dotación informática, se hacía necesario superar la barrera de acceso. Por este motivo se pusieron en marcha los siguientes elementos:

- Acceso en movilidad, con un sistema de acceso controlado mediante usuario y contraseña, que garantizaba la confidencialidad y la seguridad de las comunicaciones. Este acceso estaba integrado en nuestra aplicación corporativa Leading the Change, compatible con cualquier dispositivo Android o IOS.

- La dotación con dispositivos móviles en las fábricas, en las zonas comunes.

- Comunicaciones adaptadas al contexto de los trabajadores. Desde Gonvarri, llevamos años apostando por la comunicación digital en nuestra red social corporativa Leading the Change. Sin embargo somos conscientes de las limitaciones para algunos trabajadores que se encuentran en planta, así que también hemos incorporado canales como:

- o Cartelería en zonas comunes y paneles de comunicación de las fábricas
- o Reuniones presenciales para explicar el proyecto
- o Demos de la fase Challenge, para facilitar la comprensión y el acceso
- o Campañas de marketing de guerrilla
- o Campañas gamificadas en redes sociales

Esta necesidad de superar la barrera de entrada ha sido posible solventarla gracias a la colaboración interdepartamental y a la colaboración de promotores internos, que recibían formación específica para poder contar de forma efectiva a sus propios compañeros el Proyecto, y resolver y coordinar las dudas y su resolución.

- **Emotional Driving Book.** Uno de los símbolos clave del proyecto es el [libro](#) que se lanzó en marzo de 2016. En él se recogen reflexiones de expertos y víctimas de tráfico con un mensaje positivo para motivar a los lectores a una conducción segura. El libro es el vehículo de expansión del proyecto Emotional Driving para llegar al público externo. Con una tirada inicial de 5.000 ejemplares, se presentó en la Feria del Libro de Madrid el 10 de junio. El libro ha sido traducido a inglés, alemán, portugués y ruso.

- **Webserie Emotional Driving:** protagonizada por 4 de los autores del libro Emotional Driving, reflejan cómo son sus vidas después de un accidente de tráfico. [Ver aquí.](#)

Colaboración con diferentes asociaciones y stakeholders

Dentro del Proyecto Emotional Driving, ha sido clave la participación de agentes externos a la compañía, imprescindibles para el desarrollo de las tres fases y que han actuado como colaboradores o facilitadores. A este respecto, la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal ha sido nuestro colaborador clave, parte de nuestra Acción Social y formador en los eventos de Seguridad Vial. Junto a ellos, la Dirección General de Tráfico, la Fundación Mapfre, el RACE o RACC también han actuado como facilitadores a lo largo de la campaña. Todos han participado en las formaciones y han facilitado contenidos que han garantizado el éxito de la campaña.



Fases

El Proyecto Emotional Driving está dividido en tres fases:



Fase Experiencial (Jornadas de Seguridad Vial)

La fase experiencial supone la ejecución de Jornadas de Seguridad Vial en las plantas de Gonvarri Steel Services. A las mismas están invitados los trabajadores de cada planta, pero también pueden ser experiencias abiertas a las familias de los mismos.

Las Jornadas tienen simuladores con formadores en las que los asistentes pueden vivir experiencias de Seguridad Vial (vuelcos o choques a baja velocidad, entre otros), con el objetivo de formarles y sensibilizarles para una correcta conducción. Finalmente, hay una Plenaria en la que participan contando su experiencia agentes implicados en la atención de víctimas de accidentes (bomberos, policías o médicos), así como diferentes lesionados.



Fase Emotiva o de reto (Emotional Driving Challenge)

Todos los asistentes a los eventos son invitados a un concurso en el que compiten por premios y puntos obtenidos mediante un proceso de votación abierto. El concurso se basa en las motivaciones de conducción y la campaña consiste en la publicación de estos motivos y la competición colectiva por los puntos de los demás. En total se han recopilado 1.281 mensajes que se han traducido en una donación colectiva a la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (AESLEME).



Fase Racional (Curso de formación)

El componente racional se aporta mediante un curso formativo en el que se tratan los principales riesgos que afectan a la conducción: aquellos relativos a los peatones, vehículos, condiciones de la vía y del vehículo.

Cada una de estas tres fases se realiza de forma independiente en los **diferentes centros de trabajo de Gonvarri Steel Services de todo el mundo**. Consideramos que la división del Proyecto en subproyectos locales permite optimizar los eventos, impactar más en los trabajadores y generar el ambiente y las dinámicas necesarios para que las fases de reto y formación tengan un sentido propio y reafirmen esa responsabilidad.

Por ello, concebimos el Proyecto como un todo que ya desde 2014 y durante 2015 y 2016 se ha llevado a cabo en nuestras plantas de **Madrid, Asturias, Navarra, Barcelona, Galicia, Tarragona, Valencia y Burgos**. En 2016 se ha comenzado la internacionalización de Emotional Driving con un road show en **Erfurt (Alemania)** y para finales de año está previsto realizarlo en **Colombia**, un país con un alto índice de siniestralidad vial.

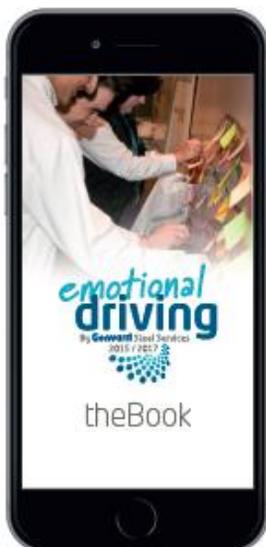


Emotional Driving Book

Emotional Driving es un proyecto que nació con la intención de dar voz al colectivo de víctimas de accidentes de tráfico para motivar a los empleados de Gonvarri y sus allegados a conducir seguros. Ante el éxito cosechado en la primera fase, se decidió ir un paso más allá. A mediados de 2016 se publicó el libro **“Emotional Driving: reflexiones para entender la seguridad vial con optimismo”**, que se ha convertido en el símbolo del proyecto, añadiendo valor a nuestra compañía. Con la mira puesta en llegar al mayor público posible, el libro ha sido traducido a inglés, portugués, alemán y ruso.

En este libro se recogen tanto experiencias de víctimas de tráfico como reflexiones de expertos del sector de seguridad vial con un mensaje positivo para continuar motivando a esa conducción segura, tanto a empleados como a la sociedad en general. Una de las personalidades más destacadas que ha colaborado en el libro ha sido el piloto **Carlos Sainz**, que comparte su visión acerca de la seguridad vial. También han participado asiduos al evento Emotional Driving, como Gustavo Almela, de AESLEME, o directivos de Gonvarri.

El libro se puede descargar desde la [aplicación móvil](#) y está disponible en papel, con una tirada inicial de **5.000 ejemplares**.





Webserie Emotional Driving

La **Webserie de Emotional Driving** está protagonizada por cuatro de los autores del libro del proyecto: Sonia Prieto y Martin Bernhardt (ambos empleados de Gonvarri), y Mar Cogollos y Gustavo Almela (ambos de AESLEME). Todos han tenido accidentes de tráfico a los que han sobrevivido de distinta manera, pero con una visión mucho más positiva de la vida. En el primer mes de lanzamiento, los tres primeros episodios superaron las 200.000 reproducciones.



1.191 fallecidos por accidente de tráfico en 2014

Más del 72% de los accidentes al ir o volver del trabajo

Sus empleados, lo más importante

Preocupada por salvar vidas

La mejor seguridad vial, la conducción responsable

AESLEME

OBJETIVO

- * Concienciar sobre seguridad vial
- * Aumentar el engagement de los empleados
- * Dinamizar su red social interna *Leading the Change*

IDEA

CREAR UN NUEVO CONCEPTO DE SEGURIDAD VIAL CON EMOCIONES POSITIVAS

No miedo

No negatividad

No amenaza

Emotional Driving
2016

CÓMO

Cambiamos los mensajes habituales sobre conducción segura

Uso de los mensajes positivos que recibimos a diario como motivaciones

GAMIFICACIÓN

EVENTO EXPERIENCIAL

FORMACIÓN INTERACTIVA

Juegos

Charlas

Pruebas

"¿Qué te motiva para conducir seguro?"

Gracias a la colaboración con **FUNDACIÓN MAPFRE**

Plataformas multidispositivo de gamificación

Reto colaborativo de Gamificación

Rankings, Medallas, Premios, Experiencias de Ocio, etc.

Donación a la Asociación AESLEME

95% de los usuarios potenciales gamificados
64% más de formaciones realizadas en LTC University

29% más accesos a la Red Social Interna
36% más interacciones generadas



91% asegura haber recordado Emotional Driving antes de conducir



Resultados del Proyecto

El Proyecto ha incorporado indicadores que nos permiten evaluar el desempeño y las acciones de mejora que se deben implementar de cara a cada nueva edición o campaña. Se ha preparado un sistema de análisis estadístico que combina el seguimiento diario de las acciones sin perder de vista los resultados, e informes específicos semanales y asociados a cada una de las campañas o ediciones. En ambos casos, se han recopilado los indicadores cuantitativos y cualitativos en relación a tres áreas (operativa, táctica y estratégica).

Los operativos tienen relación con la capacidad de producción de las actividades; los tácticos son aquellos relacionados con la capacidad de impactar en la audiencia; y los indicadores estratégicos, aquellos que llevan implícito un estudio a largo plazo, están definidos por la capacidad de modificar los comportamientos a través de las comunicaciones.

A este respecto podemos destacar los siguientes datos:

Participación: el **94%** de los empleados ha participado en el proyecto, de los cuales:

- **100%** de los trabajadores de oficina
- **87%** de los trabajadores de fábrica

Grado de satisfacción: tras el feedback de los trabajadores hemos recibido una nota de **9,1 sobre 10**.

Participantes. Emotional Driving ha sido experimentado por más de **2.000 personas** (empleados y familiares en días de puertas abiertas).

Participación interdepartamental: ha sido del **100%**.

Más de 86.000 acciones sociales notificadas en **Twitter, LinkedIn y Facebook**.

1.281 mensajes manuscritos en post-it recopilados entre todos los eventos

20 ponencias de accidentados de tráfico y agentes de seguridad vial.

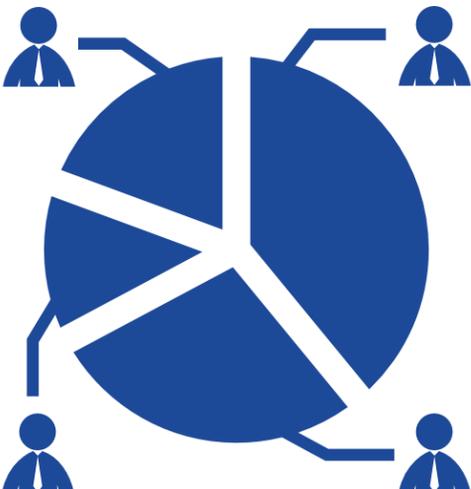
78% más de accesos a las **plataformas de comunicación interna**.

Interacciones realizadas: 80% más respecto a etapas anteriores.

10 premios obtenidos como mejor iniciativa de Comunicación Interna y Responsabilidad Social Corporativa.

El **91%** de los asistentes **asegura recordar** Emotional Driving antes de conducir.

64% más de acciones formativas.



Importancia del Proyecto

Emotional Driving es un proyecto clave para Gonvarri Steel Services. En primer lugar, nos permite ratificar un compromiso concretado en los tres ejes (Performance, People, Planet), claves de nuestra estrategia y crecimiento sostenible. Además, supone valor añadido en nuestra línea de negocio de equipamiento vial; y será clave para continuar desarrollando Orgullo de Pertenencia y atraer talento. Igualmente, la colaboración con empresas del tercer sector (principalmente AESLEME), con impacto directo en el entorno, nos ha permitido reforzar la comunicación con este y continuar con nuestro objetivo de salvar vidas.

Por otro lado, se trata de una iniciativa que nos permite ratificar nuestro compromiso con la Seguridad, en todas sus facetas. Este compromiso, crucial para una compañía como Gonvarri Steel Services, se ha abordado desde todos los puntos de vista posibles: inclusión de indicadores sobre accidentes de tráfico, elaboración de Best Practice y, finalmente, creación de un proyecto alineado con el compromiso y que permite que los objetivos iniciales se cumplan.

Asimismo, como compañía consideramos que la **Acción Social** es una de nuestras obligaciones con el entorno en el que operamos. En nuestro enfoque de la misma, creemos que debemos ofrecer soluciones a los desafíos a los que nuestro negocio tiene que hacer frente. Para lograr este objetivo, tratamos de alinear la colaboración social y la actividad empresarial, reforzar la confianza entre la empresa y las empresas con las que trabajamos, y que la sociedad en la que estamos sea el centro de nuestro negocio. Para ello contamos con una serie de principios:



Coherencia entre la empresa y las necesidades de la comunidad.



Compromiso y dedicación para seguir a medio y largo plazo y difundirlo a la mayor cantidad de público posible.



Búsqueda de una colaboración eficaz.



Añadición de valor al bienestar de las comunidades, más allá de las obligaciones de nuestro negocio.



Adaptabilidad a las necesidades locales y las demandas de la sociedad en la que operamos.



A este respecto, consideramos que el Proyecto Emotional Driving condensa todos estos principios y vuelve real el objetivo de alinear la colaboración social con nuestra actividad, así como la necesidad de mejorar la interacción con algunos de nuestros stakeholders, como la sociedad civil.



Asimismo, se trata de un proyecto con vocación de perdurar y de adaptarse continuamente a las necesidades de los colectivos con los que trabajamos. En este sentido, la colaboración con la **Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (AESLEME)** ha sido crucial para hacer realidad nuestro compromiso con estos principios. Consideramos que es un partner vital para continuar agregando valor a la sociedad y que nos permite colaborar en la prevención de accidentes de tráfico y en las diferentes necesidades de los mismos.

Información adicional

Web oficial:

www.emotionaldriving.com

Vídeo presentación:

<http://bit.ly/2ae7CLL>

Youtube:

<http://bit.ly/1TWVTxm>

Showcase en LinkedIn:

<http://linkd.in/1MI934R>

Twitter:

[@EmotionalDrivin](https://twitter.com/EmotionalDrivin)

Facebook:

<https://www.facebook.com/emotionaldriving>

