

# Caso de Éxito

GRIFOLS WORLDWIDE CHALLENGE

---



# Índice

|   |    |
|---|----|
| Introducción  | 2  |
| GRIFOLS: Un referente del sector de la salud                              | 3  |
| “Wellbeing for U”   | 4  |
| Grifols Worldwide Challenge   | 5  |
| El líder: una figura clave.   | 6  |
| Comunicación sencilla y adaptada  | 7  |
| El Reto   | 8  |
| Implementación del Reto   | 9  |
| Fases de Ejecución  | 10 |
| ¡Más de 1.000 trabajadores participaron en esta primera edición del reto! | 11 |
| Un Reto: Una acción solidaria   | 12 |

# Introducción

Cuando hablamos de implementar un proyecto de **Bienestar** a nivel mundial, hablamos de una serie de acciones saludables coordinadas, organizadas y que tienen coherencia plena con los objetivos globales, económicos y de recursos humanos de la empresa.

Un proyecto de la magnitud de una compañía como Grifols, multinacional, con más de 24.000 empleados en plantilla y varias sedes a nivel mundial y nacional, ha implicado desplegar todas las herramientas necesarias para garantizar un Team Building Digital excepcional.

En este Ebook, queremos contarte los puntos clave, las diferentes etapas del proyecto y por qué **“Grifols Worldwide Challenge”** se ha convertido en un caso de éxito que cualquier responsable de recursos humanos debería tener en cuenta.





## *Grifols: Un referente del sector de la salud*

---

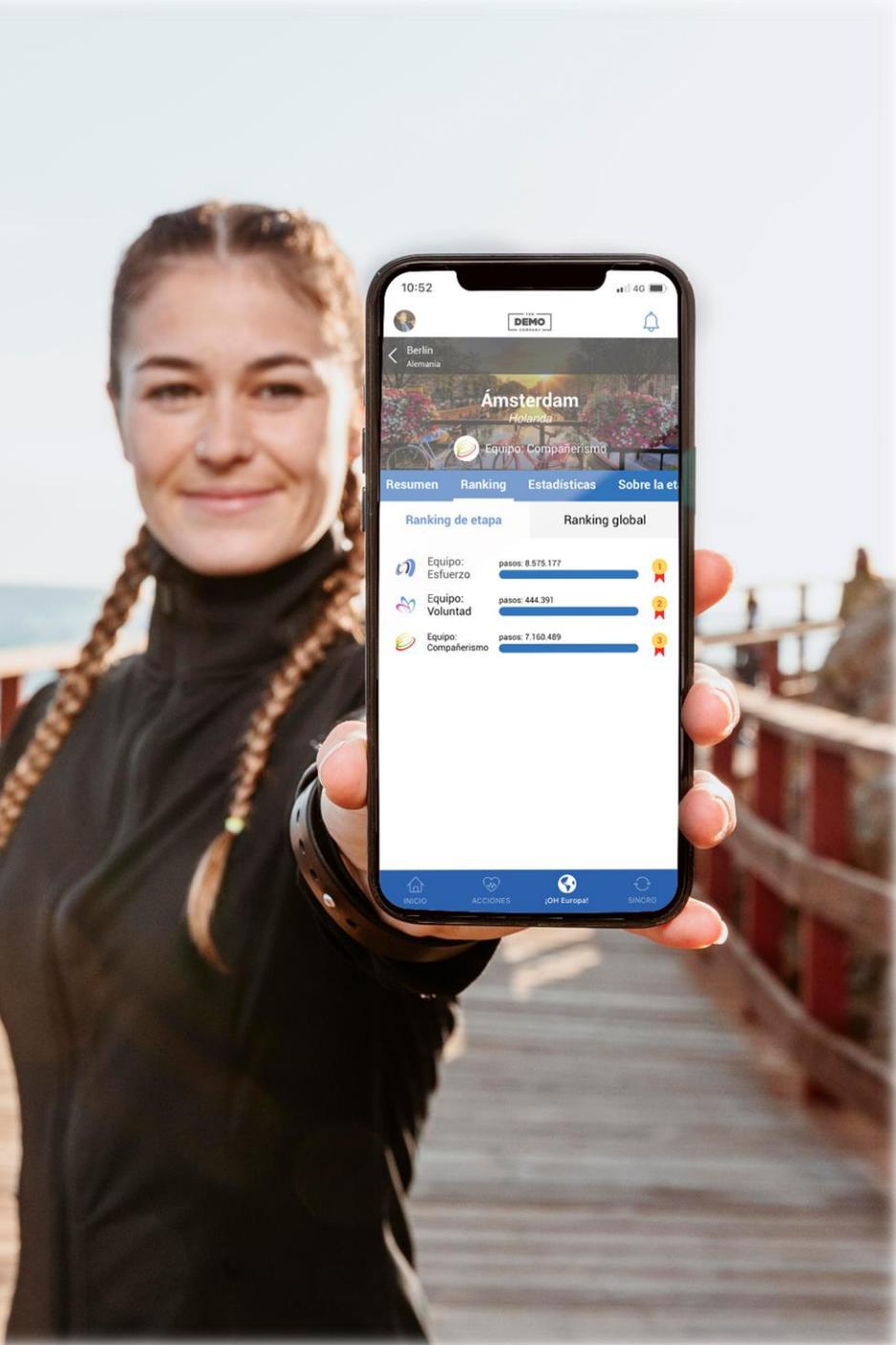
Grifols es una compañía global líder en el sector de la salud. Sus sedes se encuentran distribuidas a lo largo de los 5 continentes, contando con más de 24.000 trabajadores. La diversidad cultural, geográfica e idiomática es una de las tantas características que se tuvieron que tener en cuenta a la hora de pensar e implementar un **Team Building Digital de Bienestar**, teniendo un impacto positivo tanto interno como externo.



## Wellbeing for U

Toda gran empresa tiene marcas internas que le permite realizar y generar proyectos a nivel corporativo con la finalidad de fidelizar a su talento interno. En el caso de Grifols, estas acciones se llevan a cabo bajo el paraguas de We Are Grifols.

Wellbeing for U es una marca que nace del departamento de Health & Safety Corporate, dentro de la cual se engloban las diferentes acciones en materia de bienestar y salud para los empleados con el objetivo de mejorar su salud y bienestar. Este 2022 han comenzado con el Plan Estratégico Care for your Heart, con una duración de tres años de implantación, y en el que se tratará de forma holística el cuidado de la salud cardiovascular. El primer año se ha dedicado al ejercicio físico y la salud mental.



## Grifols Worldwide Challenge

Después de una campaña de sensibilización y concienciación sobre la importancia de realizar ejercicio físico para mantener una buena salud cardiovascular, se puso en marcha el Grifols Worldwide Challenge.

Este reto de Team Building Digital fue el empujón necesario para que los trabajadores llevaran a la práctica lo aprendido, incorporando en sus hábitos diarios el ejercicio físico, a la vez que mejoraba su motivación, rendimiento y capacidad de trabajo en equipo, entre otros. Y gracias a la coordinación entre los departamentos de H&S Corporate de todo el mundo, ¡el reto fue un éxito!



## *El líder: una gran figura clave*

---

Como veníamos diciendo, el proyecto mundial fue liderado y gestionado de forma centralizada desde HS Corporate. Al ser un proyecto de gran envergadura a nivel mundial fue necesario incorporar a líderes regionales dentro del proyecto para que hicieran de altavoz en cada una de las zonas geográficas.

En este sentido fue clave incorporar y motivar a las personas responsables de los HS Regionales y que se sintieran parte importante del proyecto organizando diferentes reuniones y meeting points durante el proyecto.

## Comunicación sencilla y adaptada

---

Todo lo que tuvieron que hacer los líderes fue dar apoyo a la comunicación y motivar a los trabajadores, ¡se lo pusimos realmente fácil!

Los departamentos de comunicación de Grifols y Biwel estuvieron trabajando mano a mano desde el principio para crear un plan de comunicación que pudiera llegar a todos los trabajadores de Grifols: desde operarios de fábrica hasta altos ejecutivos.

A cada líder se le entregó un Tool Kit con todos los materiales y se trabajó un plan completo de comunicación interna a través de la intranet de Grifols.



*OnTVs*



*Mailing*



*Posters*



*Salvamanteles*



*Banners*

# Comunicación sencilla y adaptada



CARE FOR YOUR HEART

Wellbeing   
Health & Care

**GRIFOLS WORLDWIDE CHALLENGE**  
24/10 - 28/10

**What is the challenge?**

In this challenge of steps we will travel virtually to places where Grifols is active. It is divided into 5 one-day stages in which each team will have to achieve a minimum number of steps per day to reach their destination, and move on to the next stage.

This is a charity challenge where €5 or \$5 will be donated for each person who registers to one of the following Grifols' foundations: Victor Grifols Foundation, Jose Antonio Grifols Roura Foundation or Probitas. The winning team from each geographical area will be able to choose which project and foundation they will donate their prize to.

To participate you need a wristband or a fitness app that you must synchronise with the Biwel app before you start.

**How do I join?**

- 1 Log in at [www.wellbeing.grifols.com](http://www.wellbeing.grifols.com)
- 2 On the top right corner, go to **My Profile** and click on the **QR** code tab
- 3 Download the **Biwel app** on your smartphone and log in by scanning the code
- 4 Synchronise Biwel with your **app or fitness wristband**
- 5 Join the challenge, choose a team, **and run around the world with our virtual race!**

WE ARE GRIFOLS

LEARN MORE IN  
CSMOS



# El Reto

## Grifols Worldwide Challenge

### ¿En qué consistía?

Es una competición de pasos por equipos y por etapas alrededor del mundo, pasando por los cinco continentes donde Grifols está presente. Cada etapa duraba un día y todos los equipos tenían un objetivo de pasos a superar con el objetivo de viajar a una sede diferente de la compañía.

### Acceso a información

Cada día los participantes tenían acceso a toda la información relevante del lugar y de la competición (recetas, información, estadísticas, ranking, etc)..

### Los equipos Grifols por el mundo

Los participantes debían inscribirse a un equipo. La agilidad de la plataforma permite que los equipos puedan customizarse tanto en nombre, logotipo y tamaño. En este sentido se decidió que cada equipo llevara el nombre de los diferentes productos que Grifols produce.

### Un reto para cada zona horaria

Debido a la gran complejidad el reto, al ser una propuesta mundial, se decidió realizar 4 retos en paralelo, uno para cada zona geográfica: Europa, Latam, America del Norte y Asia. De esta forma cada zona geográfica pudo competir con sus respectivos husos horarios.



## *Implementación del Reto*

---

En la fase inicial de la implementación del reto, fue muy importante poder mantener reuniones con los departamentos de Legal y de IT para adaptar los requisitos de la implementación y adaptarnos a las necesidades técnicas de Grifols, con el objetivo de garantizar tanto la integridad como la seguridad de la plataforma de Biwel.

También fue muy importante implementar una integración via SSO (Single Sign On) y que el 100% de los empleados de Grifols pudieran acceder directamente a la plataforma y app con la máxima facilidad.

En paralelo se realizó el plan de comunicación comentado. Nuestra plataforma interactiva junto con un buen plan de comunicación permitió que todos los trabajadores a nivel mundial pudieran acceder al reto, compartir información y generar una actividad de impacto internacional de Team Building.

# Fases de Ejecución

La comunicación se llevó a cabo en tres etapas: Inicial, inscripción e inicio de los retos. En la ejecución del reto no sólo fue importante a la hora de intentar captar al máximo de empleados posibles sino que también fue muy importante comunicar correctamente cómo debían sincronizar con un dispositivo de fitness para poder participar en el reto.



## ETAPA INICIAL

Se han decidido los idiomas en los que se impactaría a nivel mundial (inglés y castellano). Se realizó toda la cartelería de forma adaptada y personalizada según los requisitos de Grifols. Además se creó una landing específica para la inscripción con el objetivo de redirigir a cada participante según su idioma y zona geográfica, a su reto específico.

## ETAPA DE INSCRIPCIÓN

Con la ayuda de los líderes regionales, se llevó a cabo toda la comunicación con el fin de recibir en el lapso de 2 semanas la mayor cantidad de inscritos y sincronizados posibles. Durante esta fase fue clave poder hacer un seguimiento de participación y poder reforzar la comunicación según las zonas geográficas y delegaciones.

## INICIO DEL RETO

Una vez se finalizó el plazo de inscripción, la gran mayoría de los participantes estaban sincronizados con su dispositivo de fitness favorito y ya solo quedaba llevar un estilo de vida activo y saludable diario para poder competir de forma saludable y ayudar a conseguir el objetivo propuesto para la causa solidaria de su zona.

# ¡Más de 1.000 trabajadores participaron en esta primera edición del reto!

Con el trabajo conjunto entre Grifols y Biwel, hemos conseguido que más de 1.000 trabajadores al rededor del mundo se inscribieran y sincronizaran sus relojes y apps fitness con Biwel para llevar adelante el reto.

La valoración que se extrae de estos datos es que los hábitos de consumo de wearables son muy variantes dependiendo de la zona geográfica y que el reto ha cumplido satisfactoriamente con los objetivos que nos habíamos propuesto: una mejora de la actividad física y una alta adherencia durante el reto.



*Apple Health*

El dispositivo de fitness más usado.



*Garmin y Fitbit*

Los smartwatch más usados.



*6,723*

El promedio de pasos diarios antes y después del reto ..



*10,59*

El Promedio de logins diarios al reto por participante.



*50%*

Mejora de la adherencia a la actividad física.



## *Un Reto = Una Acción Solidaria*

---

**¿Quieres saber que ganó el equipo ganador?**

En el caso de Grifols se ha elegido vincular el reto a una acción solidaria local. De esta manera, se generó el sentimiento de pertenencia hacia la organización y bienestar al ayudar a otros.





Y tu empresa, ¿Ya ha realizado un Reto?

[info@biwel.es](mailto:info@biwel.es)

[www.biwel.com](http://www.biwel.com)

872 070 725

