

V O L V O

El cinturón de seguridad, el legado de Volvo que revolucionó la industria automotriz

Ciudad de México a 30 de noviembre de 2023.- El 1 de diciembre se conmemora el Día Mundial del uso del cinturón de seguridad con la finalidad de promover la importancia de su uso, el cual disminuye entre un 40% y un 50% el riesgo de pérdidas de vidas de los ocupantes delanteros en un accidente de tránsito según datos de la OMS.

Fue en 1959 cuando el ingeniero Nils Bohlin introdujo el cinturón de tres puntos al modelo PV544 de Volvo, el cual marcó un antes y un después en la protección de los conductores y pasajeros definiendo así no solo el futuro de Volvo si no marcando toda una transformación en la industria automotriz global.

Volvo Cars, en un gesto de compromiso con la seguridad mundial, liberó la patente de su cinturón de seguridad de tres puntos, permitiendo su adopción general en los automóviles, volviéndose un elemento fundamental de seguridad en todos los vehículos.

La marca sueca continúa a la vanguardia, implementando tecnologías avanzadas en sus vehículos para minimizar accidentes y proteger vidas. Según la Organización Mundial de la Salud, esta innovación, junto con una cultura vial responsable, ha contribuido a una notable disminución en las muertes por accidentes de tránsito e inclusive el riesgo de muerte en colisiones se reduce hasta un 60%.

"En Volvo, nuestra dedicación a la seguridad va más allá de la innovación; se trata de un compromiso profundo con la protección en pro de las personas. Desde el desarrollo del cinturón de seguridad en 1959, hemos liderado no solo en la creación de tecnologías de seguridad avanzadas, sino también en su difusión para el bienestar global." comentó Raymundo Cavazos, director general de Volvo Car México.

Volvo continúa comprometido con esta causa, esforzándose por reducir aún más las muertes y lesiones en el tránsito implementando en sus modelos tecnología de punta enfocada en la seguridad para que no exista ningún tipo de percance vial ocasionado por un vehículo. Es por esto que continuamente contribuye con la liberación de sus patentes de seguridad para mantener su legado en la seguridad vial.

"Nuestra misión trasciende la fabricación de vehículos: buscamos constantemente maneras de hacer que cada viaje sea más seguro para todos. Esto no es solo parte de nuestra historia; es el núcleo de nuestra identidad y legado de la marca", finalizó Raymundo Cavazos.

V O L V O

Mirando hacia el futuro, Volvo mantiene su liderazgo en innovación en seguridad. Comprometido con la sostenibilidad y la sofisticación, la empresa no solo mejora las características de seguridad de sus vehículos, sino que también lidera el camino hacia un futuro más seguro y sostenible para la movilidad global.

...

Volvo Cars en 2022

En 2022, Volvo Car Group registró un beneficio operativo de 22.300 millones de SEK. Los ingresos en 2022 ascendieron a 330.100 millones de SEK, mientras que las ventas globales alcanzaron los 615,121 automóviles.

Acerca del Grupo Volvo Car

Volvo Cars fue fundado en 1927. Hoy en día, es una de las marcas de automóviles más conocidas y respetadas del mundo con ventas de 661,713 coches en 2020 en 100 países. Volvo Cars forma parte de Zhejiang Geely Holding desde 2010.

Al término del 2020, Volvo Cars contaba con aproximadamente 40,000 empleados (41,500) trabajando de tiempo completo. Las oficinas de Volvo en cuanto al desarrollo de producto, mercadotecnia y administración se encuentran principalmente en Gothenburg, Suecia. Las oficinas principales de APAC están en Shanghai. Las principales plantas de producción se encuentran en Gothenburg (Suecia), Gante (Bélgica), Carolina del Sur (Estados Unidos), Chengdu y Daqing (China). Los motores son fabricados en Skövde (Suecia) y Zhangjiakou (China). Los componentes del cuerpo se fabrican en Olofström (Suecia).

Bajo el nuevo propósito de la compañía, Volvo Cars busca brindar a sus clientes la libertad de moverse de forma sustentable, personal y segura. El propósito se refleja en una serie de ambiciones corporativas: por ejemplo, a la mitad de esta década, busca que la mitad de sus ventas globales sean de autos completamente eléctricos y establecer 5 millones de relaciones directas con los consumidores. Volvo Cars también está comprometido a continuar reduciendo su huella de carbono, con la ambición de convertirse en una compañía neutral en términos climáticos para el 2040.

Para más información, favor de contactar a:

Rebeca Molho

Gerente de Experiencia de Marca y Relaciones Públicas

Volvo Car México

rebeca.molho@volvocars.com

+52 1 55 2504 0611

Agata Roy Ocotla

Coordinadora de Relaciones Públicas para Volvo Car México

Band of Insiders

agata.roy@volvocars.com

+52 1 55 2524 7614

V O L V O