

Asientos PEUGEOT: la hiper tecnología de una pieza simple

En el entorno altamente competitivo de la industria automotriz, los interiores de los vehículos se han convertido en una parte importante del proceso de compra de los clientes. PEUGEOT, con el uso generalizado del i-Cockpit® en casi toda su gama, ha revolucionado los interiores de los vehículos y ha tenido especial cuidado con los asientos, que ahora son cada vez más complejos y tecnológicos.

Los asientos siempre están sujetos a diversas y muy fuertes pruebas, razón por la cual deben cumplir con varias expectativas: transmitir una imagen visual distintiva y personalizada, y proporcionar una sensación diferente de seguridad y comodidad para los ocupantes dependiendo del área geográfica donde sean adquiridos.

June 9, 2020, Ciudad de México - **Un poco de Historia**

En 60 años, los asientos han tenido importantes cambios tecnológicos. En 1955, los primeros ajustes al asiento (inclinación del respaldo, deslizamiento del asiento, etc.) aparecieron en automóviles producidos en serie. PEUGEOT incluyó los asientos totalmente reclinables en su auto insignia de la época: el 403

La función de acceso a los asientos traseros, se lanzó en vehículos comerciales en 1957. Otras innovaciones más recientes, como la división de la banca de asientos 2/3 1/3 (por ejemplo en el PEUGEOT 306) o la adición de una tercera fila de asientos retráctiles (PEUGEOT 5008).

En 2007, PEUGEOT introdujo la nueva plataforma EMP2 con un refuerzo transversal para los asientos en la primera fila, un chasis transversal modular que fue utilizado por la generación del PEUGEOT 308 presentado a fines de 2013. Las ventajas de este marco son la reducción de peso, combinado con una mayor rigidez, lo que permitió aumentar la seguridad del automóvil, mejorando también la comodidad (gracias a una suspensión proporcionalmente menos rígida en comparación con un automóvil con un chasis más "elástico"). Los asientos son más ligeros, más técnicos y menos costosos.

Este marco también se utiliza en la plataforma CMP* comercializado en Europa, China y América Latina.

Las expectativas de acuerdo a zonas geográficas

Los asientos son ahora parte de los servicios básicos en vehículos de la gama PEUGEOT. Esto representa un fuerte desafío económico con precios de costo que pueden superar varios miles de euros. Un kit de asiento consta de 150 partes y está compuesto por un asiento del conductor, un asiento del pasajero y un banco trasero.

Los asientos también están sujetos a diversas y muy fuertes pruebas diarias:

- Resistencia (morfología y peso de los clientes es muy diferentes según el usuario);
- Desgaste (un asiento se desgastará miles de veces durante varios años o incluso décadas);
- Temperatura (dentro de un vehículo puede ser muy extrema, o muy frío o muy caliente).

En todo el mundo, la noción de confort difiere según el área geográfica:

- En Europa, la demanda se centra en la comodidad en la parte delantera, con usuarios que desean precisión en la postura, soporte lateral y soporte después de largos viajes. Para el asiento trasero, la idea de plegabilidad es lo más solicitado.
- En China, la demanda es sobre la comodidad en la primera fila y el asiento trasero con un enfoque suave y poco soporte lateral. Y para el segmento alto, esto se complementa con altas expectativas en términos de equipamiento y accesorios en los asientos traseros.
- En América del Sur, la demanda es para una óptima absorción de vibraciones y comodidad en la primera fila y el asiento trasero.

ADN PEUGEOT como un marcador visual y sensorial

Desde el punto de vista del usuario, los asientos en el automóvil deben cumplir tres funciones esenciales y prioritarias: "Posicionamiento, Placer y Protección".

Los asientos hacen una contribución importante a la tipología del vehículo, que es específica de cada marca. Desde 2013, las diferentes marcas de Groupe PSA han definido una estrategia de distinción que expresa claramente el ADN de cada una. El cliente debe identificar la marca de su vehículo a primera vista y al primer sentimiento cuando se coloque en el asiento.

Para la marca PEUGEOT, el cliente debe percibir los asientos como elementos que contribuyen al dinamismo del automóvil y pueden brindar un soporte más sólido al cuerpo mientras conduce.

Los asientos del mañana: moda y bienestar.

Los asientos del futuro estarán cada vez más influenciados por la moda. Los colores y materiales utilizados para la tapicería de los asientos se inspirarán en las principales tendencias de diseño de muebles

El bienestar también es una parte integral de las preocupaciones de los diseñadores. Una innovación reciente es la integración de cámaras de aire neumáticas insertadas en la espuma para adaptar los asientos del automóvil a las diferentes morfologías de los ocupantes. PEUGEOT ofrece como opción en muchos vehículos de su gama un sistema de masaje de espalda particularmente apreciado por los usuarios, porque promueve la relajación de los ocupantes mientras activa los músculos de la espalda.

En la era del automóvil autónomo, los asientos estarán más que nunca en el centro del diseño interior del vehículo. Tendrán que ofrecer múltiples posibilidades para transformar el interior como se propone en el concept car e-LEGEND, donde el objetivo es transformar el tiempo que pasan en el automóvil en un momento de convivencia y relajación. En este punto, los materiales compuestos reemplazarán parcialmente el marco de metal de los asientos para ofrecer un mayor refinamiento y liberar espacio en el compartimiento de pasajeros.

¡La fabulosa historia de los asientos está lejos de terminar!

PEUGEOT

Con su estrategia tecnológica y la electrificación de su gama, la marca PEUGEOT entra con entusiasmo en la era de la transición energética. Una experiencia de conducción intensa y tecnológicamente avanzada, un diseño elegante y un elevado nivel de calidad constituyen el compromiso de la marca con sus clientes y contribuyen a la emoción que proporciona cada PEUGEOT. Presente en más de 160 países, con más de 10.000 puntos de venta, la marca vendió alrededor de 1.500.000 vehículos en todo el mundo en 2019. PEUGEOT aún Exigencia, Elegancia y Emoción, con el objetivo de ser la marca generalista de alta gama con vocación mundial.

Acerca de PEUGEOT México

Peugeot en México suma más de 20 años con 48 puntos de venta que forman su amplia red de distribuidores. Contamos con un compromiso muy fuerte en la parte de servicio al cliente, con el programa PEUGEOT CUMPLE, y sus 10 compromisos, bajo el principio: "Si no estás satisfecho con el servicio postventa, no lo pagas". Para mayor información te invitamos a ver nuestra página www.peugeot.com.mx y nuestras Redes Sociales @PeugeotMex.

Contacto Prensa México

Beatriz Rodríguez beatriz.rodriquez1@peugeot.com

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>