

BUSCA COMBUSTIBLES ALTERNATIVOS

El plan de Ford ante el reto ecológico

El alza en gasolina y la emisión de contaminantes de los autos modifican la **industria** que en el 2020 podría vender más unidades **eléctricas**

Pablo G. Escobedo
EL ECONOMISTA

EL PRECIO de la gasolina y los contaminantes que provocan, son el origen de una iniciativa verde en la **industria** automotriz. “El compromiso con el tema verde no era un opción sino una obligación”, comenta Herman Morfín, director de Comunicación y Relaciones Públicas de Ford en México.

Las propuestas que han mostrado la empresa estadounidense son diversas. Hace unos días presentó la nueva versión del motor EcoBoost, el cual mejora hasta en 20% el rendimiento del combustible y en algunos casos reduce 25% los contaminantes del mismo. Mediante el empleo de dos turbocargadores y un sistema de inyección directa de combustible al motor se mejora la eficiencia de la gasolina y reduce emisiones contaminantes.

El ahorro en el combustible es importante cuando se observa que de marzo del 2005 al mismo mes del 2010, el precio de la gasolina en Estados Unidos pasó de los 1.99 dólares a 3.05 billetes verdes por galón, de acuerdo con la información de la Administración de **Energía** en Estados Unidos (EIA por su sigla en Inglés).

“En la estrategia de Ford vemos este aspecto como un área de desarrollo mundial. Se ha he-

cho una fuerte inversión en la investigación del tema sustentable y esperamos que este tipo de tecnología se aplique cada vez más en nuestras líneas de autos”, comentó Morfín.

Asimismo, Ford aumenta su catálogo de autos híbridos y eléctricos. “Lanzamos la primera SUV híbrida hace ocho años. Nuestro enfoque ya estaba dirigido a este tipo de consumo de **energía**”, comenta el directivo de la automotriz. En ese segmento, Ford tiene más productos como el Fusion, Mercury Milan, Ford Escape y Mercury Mariner. “Observamos más tipos de combustibles alternativos como el del etanol, el desarrollo en cuestión del diesel, hidrogeno y celdas solares, entre otros”.

De acuerdo con un estudio de la consultora Frost and Sullivan, para el 2020 “el aumento de grandes ciudades en países en desarrollo elevará la demanda de los autos eléctricos”.

“Las emisiones de contaminantes y el agotamiento de combustibles fósiles son fuentes que consolidan aún más el caso de los vehículos eléctricos. Los fabricantes de automóviles están trabajando en modelos de negocio que pondrá a disposición el coche y la **energía** bajo el mismo techo”, indica el comunicado fechado el 11 de agosto pasado.



Fecha 18.08.2010	Sección Empresas y Negocios	Página 27
----------------------------	---------------------------------------	---------------------

UN NUEVO MERCADO

Un segmento nuevo en un mercado tan arraigado como el automotriz implica varias estrategias, desde conseguir un precio competitivo hasta convencer a la gente de que son productos que sirven. "Este tipo de mercados se podrían asemejar a la época en la que llegaron los celulares a México. Se tuvieron que hacer procesos más eficientes para tener éxito", comenta Morfín. "El tema de los híbridos en Estados Unidos ya está muy desarrollado, aquí estamos viendo más estrategias", incluyó.

jpgarcia@eleconomista.com.mx

LA AUTOMOTRIZ TAMBIÉN AHORRA HIDROCARBUROS CON:

POWERSHIFT

¿QUÉ ES? Es una transmisión automática que ofrece los beneficios de una transmisión manual y disminuye la pérdida de torque cuando se hace el cambio entre una velocidad y otra.

BENEFICIO: Mejora el rendimiento de combustible entre 7 y 9% cuando se compara con una transmisión tradicional de cuatro velocidades.

SELECTSHIFT AUTOMATIC

¿QUÉ ES? Es una transmisión de seis velocidades que permite un aprovechamiento y desarrollo óptimo de caballos de fuerza y torque.

BENEFICIO: El ahorro de combustible que presenta.

MÁS TECNOLOGÍA VERDE DE FORD: dirección eléctrica asistida, sistema de corte de inyección y de válvulas de apertura variable, entre otras.

INFORMACIÓN TOMADA DE FORD.COM.MX

VARIOS AÑOS CON ÉXITO

Ford, verde sobre ruedas

EL TEMA de responsabilidad social en Ford no es nuevo. "Nuestra empresa ha sido homenajeada ocho años como una empresa socialmente responsable en varias áreas", comentó Herman Morfín.

Como medidas internas, la automotriz cuenta con plantas certificadas por su eficiencia y responsabilidad con el medio ambiente, además de programas con empleados para eficientar su producción y no afectar su calidad de vida.

"De todos los coches que vende Ford, una parte va al fondo de estas escuelas, esto nos permite hacer una recaudación anual de casi 4 millones de dólares. Queremos seguir enfocados en los temas de responsabilidad social", afirmó el directivo. En el aspecto externo, Ford cuenta con programas como financiar escuelas en diferentes partes del país —en este momento ya cuentan con más de 200— enfocadas en la educación primaria. Además, se tiene un programa integral de deportes.

"Tenemos actividades enfocadas a programas de reforestación. Por ejemplo, en el cuidado de la Selva Lacandona", agregó el director de Comunicación y Relaciones Públicas de Ford en México. *(Pablo G. Escobedo)*

Fecha 18.08.2010	Sección Empresas y Negocios	Página 27
---------------------	--------------------------------	--------------



Menos emisiones busca Ford que tengan sus autos por medio de varias estrategias tecnológicas. En la imagen, Herman Morfín, director de Comunicación de la automotriz en México. FOTO ARCHIVO EE: CARLOS RAMÍREZ