

Para Ford, “cliente pode ter o carro que quiser, se for verde”

Estratégia da companhia é investir em novas fontes de energia, materiais recicláveis e motores mais leves

Martha San Juan França e Michele Loureiro
redacao@brasileconomico.com.br

Já faz parte da história a frase do legendário Henry Ford, fundador do império automobilístico, de que o cliente poderia ter o carro da cor que quisesse, desde que fosse preto, referindo-se ao fato de que essa cor era mais barata, secava mais rápido e os carros poderiam ser montados mais rapidamente. Bill Ford, atual presidente do conselho da montadora, costuma parodiar o bisavô para mostrar que os tempos são outros: “O cliente pode ter o carro que quiser, desde que seja verde”, comenta.

A história foi contada por Rogério Golfarb, diretor de Assuntos Corporativos e Comunicação para América do Sul da montadora esta semana, durante o 1º Seminário Ford de Sustentabilidade em São Paulo, que apresentou a importância do tema na estratégia global da montadora. “Se quisermos permanecer mais cem anos entre os maiores do mundo, temos que trabalhar nessa direção”, disse John Viera, diretor global de Sustentabilidade, Meio Ambiente e Segurança da Ford, no seminário.

Isso significa, do ponto de vista da Ford, investir em várias frentes. A mais vistosa são os carros elétricos, entre os quais o Fusión Hybrid, único veículo híbrido comercializado regularmente no mercado brasileiro atualmente. “Trouxemos esse modelo pelo pioneirismo no país e para reforçar nosso compromisso com a sustentabilidade”, disse o presidente da Ford para o Brasil e Mercosul, Marcos de Oliveira. Ele acrescenta que esse nicho ainda é irrisório por aqui mas o lançamento no ano passado teve objetivo didático claro de familiarizar os motoristas com a nova tecnologia.

A versão é o primeiro veículo da crescente frota de híbridos, híbridos plug-in e totalmente elétricos que a marca está programando para serem lançados na América do Norte e Europa nos próximos anos, como o Ford C-Max Energy, o primeiro híbrido elétrico “plug-in” (PHEV) e o Ford C-MAX Hybrid. Mas na estratégia da companhia, os carros elétricos não serão os únicos da nova geração de automóveis “da cor verde”.

“A escolha da matriz energética depende do país”, disse Golfarb. “Nos próximos 30 anos vamos vivenciar uma diversidade de fontes de energia que vão do



John Viera
Diretor global de Sustentabilidade, Meio Ambiente e Segurança da Ford

“Se quisermos permanecer mais 100 anos entre os maiores do mundo, temos que trabalhar na direção da sustentabilidade”



Murilo Constantino

petróleo tradicional, passam pela eletricidade, etanol, biodiesel e gás natural. O cliente escolhe o que for mais vantajoso.”

Novos materiais

A Ford no Brasil investe em novos materiais que, além de serem reciclados, tornam o veículo mais leve e, portanto, capaz de consumir menos combustível. Atualmente 85% dos componentes de um carro da marca podem ser reciclados, na con-

fecção de itens como painéis, carpetes e estofados, que revestem o interior do veículo. Além disso, a montadora desenvolve uma nova geração de motores com bloco e cabeçote de alumínio e 16 válvulas de duplo comando variável, destinado a obter mais eficiência tanto em etanol como a gasolina.

O desafio agora, de acordo com Viera, é colocar todas essas tecnologias a serviço da população e diminuir o custo. Viera

acrescenta que é preciso também pensar também em mobilidade. A Ford sabe que no futuro, não será mais possível vender carros como hoje, pois as cidades estarão abarrotadas. Por isso, já pensa em novas oportunidades de serviços que aliem todos os tipos de transporte em uma rede de forma que uma completamente a outra com troca de informações. Na sua opção pelos veículos verdes, Bill Ford está à frente da iniciativa. ■

NOVOS MATERIAIS FIBRAS NATURAIS

Sisal é matéria-prima de caminhão

Foram oito anos de pesquisa, em parceria com a Universidade Federal de São Carlos, e uma patente requerida. A Ford já utiliza uma mistura de até 50% de polipropileno reciclado (que pode vir de garrafas PET), 20% de polipropileno virgem (derivado do petróleo) e 30% de sisal, em substituição ao componente plástico tradicional do painel do caminhão Cargo. “É um projeto brasileiro e inédito, que abre possibilidades de licenciamento e exportação de peças”, diz Ricardo Muneratto, gerente de engenharia avançada da empresa. Ele explica que a mistura só não é mais utilizada porque a

companhia espera fortalecer ainda mais a cadeia de fornecedores da matéria-prima. “Nosso objetivo é fazer uma substituição gradual, assim que seja validada uma fonte de suprimentos segura”, complementa. Hoje, o Brasil, especialmente o estado da Bahia, é o maior produtor mundial de sisal. Além disso, a Ford utiliza PET reciclado em 100% dos veículos produzidos localmente. De 5 a 7 quilos de PET reciclado estão presentes no carpete do assoalho, forração dos tetos, caixas de rodas e mantas de proteção acústica no motor em substituição a materiais mais pesados. ■



Painel feito de PET reciclado, sisal e plástico virgem



LUCIANO MARTINS COSTA

Jornalista e escritor,
consultor em estratégia
e sustentabilidade

Uma indústria que precisa se reciclar

O anúncio pela Ford Motors de investimentos de R\$ 800 milhões na produção de um carro global, a ser feita no Brasil, marca a nova estratégia da empresa, de conceder mais autonomia a suas subsidiárias. Trata-se do amadurecimento de um processo de descentralização de decisões quanto a design e tecnologia, que deverá proporcionar maior equilíbrio entre os modelos vendidos nos países desenvolvidos e nos demais mercados. O setor tem sido acusado de continuar fornecendo aos países periféricos e aos emergentes modelos superados, inseguros e com defasagem tecnológica de duas décadas.

A liberdade para o desenvolvimento de novos modelos mais adequados a cada região, entre as quais o Brasil se destaca pelo crescimento das vendas nos últimos anos, é parte das novas estratégias da indústria global, que precisa transferir decisões para mercados mais aquecidos. A competição obriga a um atendimento mais próximo e, mais do que nunca, o processo de fidelização se torna importante em uma circunstância como a da América Latina, onde uma nova classe social ascende ao mercado de veículos automotores.

Não há notícias seguras sobre as características do modelo global da Ford, mas pode-se supor que a empresa deverá investir em carros mais compatíveis com os novos tempos: com sistemas de propulsão limpos, construção segura, leve e compacta, materiais planejados para facilitar o processo de desfabricação após o tempo de vida útil do veículo. Pressionada por questionamentos sobre o papel dos motores alimentados por combustíveis

Já se foi o tempo em que os anúncios de novos modelos de automóveis destacavam apenas a beleza das linhas e a potência do motor. É preciso mostrar que o setor se preocupa com a sustentabilidade

fosseis no dilema das mudanças climáticas, a indústria automotiva precisa sair da posição defensiva tradicional e se apresentar à sociedade como protagonista de soluções em vez de parte do problema.

O que a Ford anuncia não é um novo investimento, mas o redirecionamento de decisões já tomadas quanto ao montante a ser aplicado globalmente até 2015. Apesar de não haver dinheiro novo envolvido, é relevante a mudança de estratégia, principalmente se for considerada que as novidades devem embarcar tecnologias limpas, como condição para melhor aceitação do mercado.

Já se foi o tempo em que os anúncios de novos modelos de automóveis destacavam apenas a beleza das linhas e a potência do motor. Agora, ao lado da segurança e da economia, é preciso deixar claro que o setor se preocupa com a sustentabilidade em todos os aspectos. Enquanto a tecnologia não consegue produzir o carro absoluto, que não precisa carregar um tanque de explosivo, valem as alternativas de combustíveis de fonte renovável que não contribuem para o aquecimento global e os modelos que utilizam materiais reciclados.

Mas o impacto em termos de reputação será ainda maior quando o setor deixar de ser tangido pela legislação e assumir proativamente a missão de dar um salto de qualidade nos veículos que oferece fora dos mercados maduros, onde as normas há muito tempo exigem a oferta de sistemas de proteção eficientes para motoristas e passageiros, redução nas emissões de gases nocivos e baixo impacto ambiental. Enquanto for apenas cumpridora de regras impostas de fora para dentro, a indústria será apenas considerada correta. ■

São poucos os veículos híbridos com motores elétricos e de combustão em circulação no Brasil, até mesmo porque o preço ainda é alto: R\$ 130 mil. A maioria é fornecida a empresas que abraçam a tecnologia verde. O presidente da Ford para o Brasil e Mercosul, Marcos de Oliveira, afirmou que a média mensal de vendas de 20 unidades em 2011 está em linha com as expectativas da montadora. “Trouxemos esse modelo importado do México pelo pioneirismo no país e para reforçar nosso compromisso com a sustentabilidade”, disse o executivo.

Impacto no ambiente é preocupação de montadoras

Toyota e Fiat apresentam modelos com materiais alternativos e recicláveis

Além de buscar novas fontes de combustível, as principais montadoras tratam de avaliar o impacto do produto desde a extração das matérias-primas até o processo produtivo, o uso ou o descarte. Todas as peças de revestimento do Corolla da Toyota, por exemplo, são fabricadas em resina reciclável. O mesmo ocorre com os airbags e os isolantes acústicos. O Prius, pri-

meiro híbrido elétrico da companhia possui peças modeladas por injeção de origem vegetal nas molduras das portas e na tampa da cabine e nos bancos.

Da mesma forma, as peças de revestimento do Uno Ecology, carro conceito da Fiat fabricado em Betim (MG), utiliza o bagaço de cana da produção do etanol em peças plásticas, bancos em fibra de coco e látex e revestimento dos bancos e tapetes com tecidos a partir de PET reciclado. Segundo Windson Paz, di-

retor de Qualidade e Sustentabilidade da Fiat, “os veículos que fabricamos são concebidos já pensando em sua desmontagem ao final da vida, buscando-se a reutilização, reciclagem e recuperação energética dos seus componentes”.

Na prática, acrescenta, “todas as peças confeccionadas em plástico ou borracha com peso maior do que 50 gramas são identificadas com a marca de reciclagem, que indica sua composição e permite a separação dos diferentes materiais”. ■

O CAMINHO PARA O CARRO ELÉTRICO

Montadora estabelece estratégia a longo prazo para introdução de novos veículos e tecnologias avançadas



Fonte: John Viera/Ford