



What's News

* * *

La empresa emergente de vehículos eléctricos Rivian ha encontrado una fuente de energía inusual para su fábrica de automóviles en Illinois: baterías usadas de sus propios vehículos. Rivian se ha asociado con Redwood Materials para reutilizar baterías de vehículos eléctricos para el almacenamiento de energía, lo que representa el mayor sistema de almacenamiento de energía con baterías recicladas para un fabricante de automóviles en Estados Unidos, según informaron ejecutivos a The Wall Street Journal. Redwood Materials es una empresa de reciclaje de baterías fundada por JB Straubel, cofundador de Tesla. Una vez finalizada su construcción a finales de este año, la planta de Rivian en Normal, Illinois, se abastecerá de electricidad de más de 100 baterías de vehículos eléctricos de Rivian en un área del tamaño de un pequeño estacionamiento. Esto reducirá la dependencia de Rivian de la red eléctrica durante las horas *peak*. “Esto le ahorra dinero a Rivian en los costos operativos de la planta. Reduce la demanda de la red eléctrica, lo cual es excelente”, declaró RJ Scaringe, director ejecutivo de Rivian, en una entrevista. Esta alianza es el ejemplo más reciente del auge de la industria de almacenamiento de energía en baterías en Estados Unidos, donde los paquetes de iones de litio —similares a los de los vehículos eléctricos— se utilizan cada vez más para alimentar empresas, instalaciones industriales, zonas residenciales y centros de datos de inteligencia artificial.

■ **Kering** registró una caída en las ventas a principios de año, pero señaló una mejora en las tendencias, una señal alentadora para el propietario de Gucci, que se prepara para presentar esta semana un nuevo plan destinado a reactivar el crecimiento. El gigante del lujo con sede en París anunció el martes unas ventas de 3.570 millones de euros (4.200 millones de dólares) en el primer trimestre, un 6% menos que el año anterior en términos reportados, pero estables en términos comparables de alcance y tipo de cambio. Los analistas habían pronosticado ventas de 3.590 millones de euros, según Visible Alpha. Ambas cifras de ventas mostraron una mejora con respecto al cuarto trimestre del año pasado, gracias a la fuerte contribución del nuevo segmento de joyería de la compañía, una señal prometedora para Kering tras varios trimestres decepcionantes. Esta actualización se produce antes del esperado lanzamiento de la nueva estrategia del grupo para revitalizar sus marcas principales, en particular Gucci, y recuperar su atractivo para los clientes. La compañía tiene previsto revelar el plan el jueves. Al igual que sus rivales del sector, Kering se ha enfrentado en los últimos años a una caída generalizada del gasto en artículos de lujo, especialmente grave en China, donde la empresa y sus competidores tienen una alta exposición.

■ **El Pittsburgh Post-Gazette** tenía previsto dejar de publicarse el próximo mes. En su lugar, tendrá un nuevo propietario. Block Communications, una empresa de medios regional propietaria del periódico, acordó vender los activos del Post-Gazette al Instituto Venetoulis para el Periodismo Local, una organización sin fines de lucro que también es propietaria del Baltimore Banner. No se han revelado los términos del acuerdo. Los consejos de administración de Block y del Instituto Venetoulis han aprobado la transacción, que se espera que entre en vigor el 4 de mayo. Block, con sede en Toledo, Ohio, anunció en enero el cierre del Post-Gazette a principios de mayo, alegando pérdidas financieras y una reciente sentencia judicial en una larga disputa con el personal sindicalizado. En aquel momento, Block afirmó que el periódico había perdido más de 350 millones de dólares en efectivo durante los últimos 20 años. «La realidad que enfrenta el periodismo local hace que las continuas pérdidas de efectivo a esta escala ya no sean sostenibles», declaró la empresa en aquel entonces. Block, cuyos orígenes se remontan a 1900 y es propietaria del Toledo Blade, es dueña del Post-Gazette desde 1927. El Instituto Venetoulis fundó el Baltimore Banner, un periódico exclusivamente digital, en 2022; el Post-Gazette será su segunda publicación. El Post-Gazette mantendrá la redacción y la dirección empresarial en Pittsburgh, según un comunicado.