

Room Mate comprará una planta solar para sus hoteles

TURISMO SOSTENIBLE/ La empresa quiere compensar con este proyecto la electricidad que gastan sus establecimientos.

Marisa Anglés. Sevilla

Grupo Room Mate ha puesto en marcha una serie de medidas para lograr que su cadena de hoteles y apartamentos turísticos cumplan con los máximos estándares de sostenibilidad y, entre otras cuestiones, pretende comprar una planta de energía solar en España para compensar toda la electricidad que gastan sus establecimientos. “Queremos que el cómputo global de gasto de energía sea de cero”, explicó ayer el presidente y fundador de Room Mate, Enrique Sarasola, durante una intervención en el congreso mundial WTTC que se celebra estos días en Sevilla.

El proyecto todavía está en fase embrionaria, aunque la compañía ya ha iniciado la



Enrique Sarasola, presidente y fundador de Room Mate.

búsqueda de su futuro huerto solar y está en conversaciones para su compra. “La inversión es elevada pero también es verdad que hay muchas ayudas europeas para estos proyectos”, reconoce Sarasola.

No es la primera iniciativa verde que Sarasola lanza en su empresa donde, por ejemplo, los uniformes de los empleados ya están confeccionados con materiales reciclados, gracias a un acuerdo con Ecoalf o el importe íntegro de todas las botellas de agua que vende en sus hoteles se destina a la construcción de pozos de agua en África, a través de una alianza con Aguara.

Room Mate, que cuenta con 25 hoteles y más de 1.800 habitaciones, prevé duplicar su tamaño y alcanzar los 36 hoteles y 3.600 habitaciones en 2020. El grupo turístico incrementó sus ingresos totales un 3,75% en 2018, hasta 83 millones de euros, y prevé facturar más de 96 millones en 2019.

La automoción se expone a multas de hasta 11.200 millones en Europa

I. de las Heras. Madrid

Las marcas de coches no llegarán a tiempo de cumplir con el exigente recorte de emisiones de CO₂ al que obliga la Unión Europea. Para 2020, la media de emisiones debe ser inferior a 95 gramos por kilómetro, esto es, un 20% menos que los 118 gramos de media de 2017. La multa para los incumplidores es de 95 euros por cada coche vendido.

El objetivo se aleja y ayer Moody's publicó un duro informe en el que advierte de presiones a la baja sobre el rating de las empresas y unas sanciones que, solo en 2020 y 2021, pueden oscilar entre los 2.400 millones del mejor escenario y los 11.200 millones del peor. Las multas al sector prometen superar la mayor sanción impuesta hasta la fecha por la Comisión Europea, la de 4.340 millones a Google.

La agencia de rating desgloriosa por marcas el posible

Las marcas deben recortar en apenas dos años un 20% la media de emisiones de sus vehículos

impacto de las sanciones, tras analizar el beneficio bruto de explotación (ebitda) cosechado por cada una en Europa y sus avances en la reducción de emisiones. Grupo Volkswagen es el más expuesto, con sanciones de entre 841 y 3.869 millones, por delante de Fiat, que puede llegar a pagar entre 515 y 1.344 millones. Daimler y Hyundai se exponen a multas que oscilan entre 300 y 1.200 millones.

Hay también fabricantes capaces de escapar de las multas. Toyota, gracias a su apuesta por los híbridos, es el único que con certeza no las sufrirá, según Moody's. Volvo, Peugeot y Renault se libra-

rán solo con avanzar a ritmo moderado en sus planes de reducción de emisiones.

El informe también ofrece un amplio repertorio de imprevistas consecuencias asociadas a los objetivos de la UE. Los fabricantes pueden cancelar la fabricación de modelos más contaminantes, desprenderse de marcas -PSA ha pasado de ser un alumno aventajado en el control de emisiones a emplearse a fondo tras comprar Opel-, ajustar producción y hasta decidir que es más barato pagar la multa que invertir en reducir el CO₂. También se prevé una fuerte competencia en 2 años por vender coches eléctricos.

Además, Moody's lamenta la campaña de demonización del diésel -genera menos CO₂-, que está entorpeciendo los esfuerzos de las marcas por reducir emisiones.

La Llave / Página 2

Fira de Barcelona

Smart City Expo elige Atlanta para su primera edición en Estados Unidos

Expansión. Barcelona

La feria Smart City Expo ha elegido la ciudad de Atlanta para celebrar su primera edición en Estados Unidos, que tendrá lugar entre el 11 y el 13 de septiembre. El certamen, organizado por Fira de Barcelona, la propia urbe estadounidense y la Cámara de Comercio de Metro-Atlanta, contará con 50 empresas expositoras y 200 ponentes. Se espera que al evento acudan 2.500 congresistas y representantes de corporaciones gobiernos y compañías.

La feria contará también con expertos internacionales que abordarán temas como la equidad social y económica, la movilidad autónoma, compartida y eléctrica, las nuevas infraestructuras físicas y digitales y otras cuestiones críticas para el desarrollo de las ciudades inteligentes. El objetivo es que las metrópolis del siglo XXI sean más inclusivas y que se potencie más el capital humano y social que poseen.

Uno de los ponentes más

En la nueva edición norteamericana se esperan 2.500 visitantes y 50 firmas expositoras

La idea detrás del evento es que las ciudades sean lugares inclusivos y mejores para vivir

Fira de Barcelona quiere exportar la feria con ediciones en Japón, Argentina, Brasil o México

destacados de la edición norteamericana del Smart City Expo será la alcaldesa de Atlanta, Keisha Lance Bottoms. “La orientación hacia tecnologías de vanguardia, innovación en ciudades inteligentes y colaboración público-privada encaja perfectamente en nuestro proyecto de

ciudad y convierten a Atlanta en el entorno ideal para este evento”, comenta Lance Bottoms. “Queremos que esta cumbre sea reconocida a nivel internacional”, subraya la representante pública.

La primera edición del Smart City Expo Atlanta incluirá actividades como ponencias, talleres, competiciones de *start up*, *hackatones* o exposiciones. El 14 de septiembre, se organizará un *Día de la comunidad*, en el que los asistentes podrán descubrir los distintos barrios de Atlanta y sus gentes. Se llevarán a cabo visitas guiadas al BeltLine, el North Avenue Smart Corridor, el Mercedes-Benz Stadium o el Acuario de Georgia, entre otros lugares.

“Atlanta está en el camino de convertirse en un modelo para las ciudades inteligentes de todo el país”, asegura, por su parte, Ricard Zapatero, director de negocio internacional de Fira de Barcelona. “Debemos reformular las ciudades para que se conviertan en entornos inteligentes donde

la tecnología, la inclusión y la sostenibilidad den lugar a mejores lugares para vivir y trabajar”, remarca el directivo.

Atlanta será la guinda del plan de Fira de Barcelona para que el Smart City Expo tenga ediciones locales en América Latina, Norteamérica, África y Asia. Este año, el congreso estará presente en Buenos Aires (Argentina), el 24 y 25 de abril; en Puebla (México), del 2 al 4 de julio, y en Kyoto (Japón), en el mes de octubre. Hace dos semanas tuvo lugar también la edición de Curitiba (Brasil). Todas estas ediciones locales tienen el objetivo de convertir al Smart City Expo en la “cumbre internacional líder”, del sector de las ciudades inteligentes, según Fira de Barcelona.

La pasada edición del certamen en Barcelona reunió a 21.331 visitantes de 146 países, con un total de 844 expositores y 400 ponentes. La feria de ciudades inteligentes regresará a la capital catalana entre el 19 y el 21 de noviembre.



Ambiente en la última edición del Smart City Expo en Barcelona.

Una estrategia internacional

Fira de Barcelona quiere posicionarse como un operador global de eventos feriales y para consolidar esa imagen coorganiza salones en varios países, participa en la gestión de centros de exposiciones y convenciones y presta servicios de consultoría sobre instalaciones y congresos. Además de las ediciones extranjeras del Smart City Expo, el operador ferial de la capital catalana organizará otros eventos internacionales. Destaca, por ejemplo, el salón Pacgraf, que abrirá sus puertas entre el 9 y el 11 de abril en La Habana (Cuba). En su segunda edición, el certamen de envases y artes gráficas contará con empresas de nueve países, entre los que destaca España, que acudirá con once firmas expositoras. El evento coincide con la aprobación de una partida de 650 millones de dólares por parte del Gobierno cubano con el objetivo de adquirir maquinaria y equipos de *packaging* e impresión para modernizar las industrias locales del país.