



Press Release

Abril 2019

“Las 44 toneladas, a debate”

Logística sostenible, ¿un futuro cercano?

Las ventajas y desventajas del aumento de la masa máxima en transporte de mercancías de 40 a 44 toneladas suponen una gran controversia en la industria actual. Eugenio Vila, responsable de compras logísticas para el sur de Europa en Henkel, fue invitado a uno de los principales eventos del sector para debatir sobre este tema.

UNO Logística, la patronal española de logística y transporte, celebró la **jornada Pesos y Dimensiones en el transporte de mercancías**: “Las 44 toneladas, a debate”, que reunió a representantes de la administración y de industrias de referencia para analizar los pros y los contras del aumento de la masa máxima desde las 40 toneladas actuales a 44.

Eugenio Vila, responsable de compras logísticas para el sur de Europa en Henkel, fue invitado como especialista del sector en la mesa de debate que llevaba como título **“¿Es posible aplicar las 44 toneladas en España? ¿Cuáles son los requisitos para llegar a un acuerdo para su puesta en marcha?”**, en la que participó junto con Mercedes Gómez, directora general de Transporte Terrestre (Ministerio de Fomento) y Anuncia Ocampo, Jefa de Área de autorizaciones especiales de circulación de DGT (Ministerio del Interior).

En el debate se trataron los distintos requisitos fundamentales para poder fijar la masa máxima autorizada a 44 toneladas en España y llegar a un acuerdo definitivo. Eugenio aseguró que “11 de los 15 primeros países integrantes de la UE tienen las 44 toneladas, así que, ¿a qué estamos esperando?”. También afirmó que “estamos repitiendo los errores del pasado, ya que la misma situación se produjo cuando en Europa se establecieron las 40 toneladas, y España quería mantener las 38”. Así, la implementación del aumento a 44 toneladas en España supondría una reducción importante de litros de gasoil y de emisiones de CO2. Alcanzar más con menos es una prioridad estratégica de Henkel, en la que todos los productos y procesos deberán ser tres veces más eficientes que los actuales para 2030. Este objetivo va dirigido a uno de los principales retos que nos encontraremos en el futuro: conseguir crecimiento sin que suponga un mayor consumo de recursos, reduciendo al mismo tiempo la huella medioambiental.

Sobre Henkel

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. Además, en la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2017, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado





de cerca 3.500 millones de euros. Las ventas combinadas de las marcas principales de las tres unidades de negocio - Loctite, Schwarzkopf y Persil- suman más de 6.400 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 53.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX. Para más información por favor visite www.henkel.es

