



ECONOMÍA

El director de Fabricación de Renault se siente «profeta en su tierra» y destaca la vinculación de la marca con la Universidad

La UVa nombra Doctor Honoris Causa a De los Mozos

ICAL | VALLADOLID
redaccion@diavalladolid.es

El director de Fabricación y Logística del Grupo Renault y presidente del Consejo de Administración de Renault España, José Vicente de los Mozos, mostró este viernes su orgullo por ser investido Doctor Honoris Causa por la Universidad de Valladolid (UVa), lo que representa «ser profeta en su tierra» y remarca la vinculación de la marca del rombo con la institución académica de la que él mismo fue alumno.

En su exposición, De los Mozos subrayó la gestión de la dirección de las empresas como «la piedra angular del sistema». «Hoy en

día la búsqueda del máximo rendimiento de las estructuras industriales viene de la suma de competitividad, competencias profesionales y el compromiso de las personas», sostuvo, para añadir que «sin un *management* eficaz, atento a los colaboradores, que hace crecer los equipos, que sabe tomar decisiones adecuadas y que ofrece una visión global de sus colaboradores, no se puede pensar en un mañana».

Según explicó, la industria del automóvil está experimentando una «profunda transformación» que, en sus palabras «ha sido el mejor ejemplo de cómo se tiene que trabajar en un periodo de crisis». Para De los Mozos, este sector tiene que afrontar cambios, tanto



La UVa ha nombrado Doctor Honoris Causa a José Vicente de los Mozos. / ICAL

del lado de las demandas y los clientes, como los cambios normativos.

Por otro lado, confió en que el nuevo Gobierno tenga en cuenta que el Plan PIVE no sólo es un incentivo económico para mejorar el consumo interno, sino que también contribuye a mejorar la flota de vehículos y por lo tanto el medio ambiente. En su intervención ante la prensa, el responsable de Renault destacó la importancia

que tiene el mercado interior, por lo que abogó por implementar medidas que lo impulsen dado que, según explicó, ahora la proporción de mercado interior y exterior es de 10 y 90 por ciento, respectivamente, mientras que, a su juicio, debería ser 20-80. La marca crecerá este 2016, reconoció, en Europa, si bien destacó que el mercado se ha ralentizado en Reino Unido y España, consecuencia de la finalización del Plan PIVE.