Renault Group presenta el plan estratégico “futuREady” para liderar la automoción europea hasta 2030

Motor | 10/03/2026



El fabricante impulsará 36 nuevos modelos, acelerará la electrificación y reforzará la innovación tecnológica en los próximos años

Renault Group ha presentado su nuevo plan estratégico denominado “futuREady”, una hoja de ruta con la que el fabricante francés pretende consolidar su crecimiento y posicionarse como uno de los constructores automovilísticos de referencia en Europa y a nivel mundial durante los próximos años.

Este nuevo programa estratégico toma el relevo del plan Renaulution, lanzado en 2021, que permitió al grupo recuperar competitividad, mejorar su rentabilidad y reforzar su posicionamiento en el mercado. Con futuREady, la compañía busca transformar ese éxito inicial en un modelo de crecimiento sostenible y global, apoyado en la innovación tecnológica y la eficiencia industrial.

La estrategia se articula en torno a cuatro grandes pilares: crecimiento y producto, innovación tecnológica, excelencia operativa y confianza con empleados, socios y red comercial. Con estos ejes, el grupo pretende afrontar un escenario internacional cada vez más competitivo y marcado por la rápida transformación del sector del automóvil.

Una ofensiva de producto con 36 nuevos modelos

Uno de los puntos clave del plan es la nueva ofensiva de producto. Renault Group prevé lanzar 36 nuevos modelos de aquí a 2030, de los cuales 16 serán completamente eléctricos, mientras que otros 14 estarán destinados a reforzar la presencia del grupo en mercados internacionales.

La marca Renault reforzará su presencia en Europa con el lanzamiento de 12 nuevos modelos, ampliando su oferta electrificada y manteniendo también la tecnología híbrida en el continente más allá de 2030. Paralelamente, el grupo intensificará su expansión internacional con el objetivo de superar los dos millones de vehículos vendidos anualmente, con la mitad de esas ventas fuera de Europa.

En el caso de Dacia, la estrategia seguirá centrada en ofrecer vehículos competitivos y accesibles, aunque acelerará su transición hacia la movilidad eléctrica. La marca prevé que dos tercios de sus ventas sean electrificadas en 2030, ampliando su gama eléctrica hasta alcanzar cuatro modelos.

Por su parte, Alpine continuará desarrollando su crecimiento como marca deportiva con la llegada de una nueva generación del emblemático A110 y el lanzamiento de nuevos modelos eléctricos de altas prestaciones.

Nuevas plataformas eléctricas y software avanzado

La innovación tecnológica será otro de los pilares del plan. Renault Group prepara una nueva plataforma eléctrica denominada RGEV Medium 2.0, diseñada para vehículos de los segmentos C y D, que permitirá alcanzar autonomías de hasta 750 kilómetros en versiones totalmente eléctricas y hasta 1.400 kilómetros en configuraciones con extensor de autonomía.

Esta arquitectura incorporará tecnología de 800 voltios, que permitirá reducir considerablemente los tiempos de recarga en el futuro. Además, los vehículos desarrollados sobre esta plataforma estarán preparados para funcionar como vehículos definidos por software, con la gran mayoría de sus funciones actualizables de forma remota.

El grupo también está desarrollando una nueva generación de motores eléctricos con rotor bobinado y sin tierras raras, capaces de ofrecer hasta 275 CV de potencia, mejorar la eficiencia energética y reducir los costes de producción.

Más eficiencia industrial y uso de inteligencia artificial

El plan futuREady también contempla una profunda mejora de la eficiencia industrial del grupo. Renault prevé reducir los costes de producción en torno a un 20%, gracias al uso de inteligencia artificial, digitalización de procesos y la incorporación de robots humanoides en determinadas tareas dentro de las fábricas.

La compañía también aspira a mejorar notablemente la calidad de sus vehículos, reduciendo a la mitad los incidentes detectados durante el primer año de uso y disminuyendo significativamente las reclamaciones de los clientes.

Desde el punto de vista financiero, Renault Group se marca como objetivo mantener un margen operativo de entre el 5% y el 7% y generar un flujo de caja libre superior a los 1.500 millones de euros anuales en su negocio automovilístico.

Con esta nueva estrategia, el grupo pretende afrontar la próxima década con una gama más electrificada, tecnológica y competitiva, consolidando su posición en un sector que vive una de las transformaciones más profundas de su historia.

Autor: Redacción