Renault Group acelera su giro eléctrico: más de la mitad de sus ventas en Europa ya están electrificadas

Motor | 23/07/2026



El fabricante mantiene estable su volumen mundial con 1.165.133 vehículos vendidos, mientras Renault crece un 2,6%, Alpine firma un semestre récord y Dacia conserva unos sólidos fundamentos comerciales

Renault Group cerró el primer semestre de 2026 con 1.165.133 vehículos vendidos en todo el mundo, un 0,4% menos que durante el mismo periodo de 2025. El grupo mantiene así prácticamente estable su volumen global mientras prioriza la electrificación de su gama, la rentabilidad y la calidad de las ventas.

Los resultados reflejan la complementariedad de Renault, Dacia y Alpine. La estrategia comercial del grupo se concentra en los clientes particulares, la reducción de la exposición a los canales menos rentables y una gestión rigurosa de los valores residuales.

Fuera de Europa, Renault Group reforzó su posición en varios mercados estratégicos. Las ventas crecieron especialmente en India, con un incremento del 61,2%; Turquía, con un 15,4%; Marruecos, con un 13,7%, y Brasil, con un 5,3%. La marca Renault acumuló su segundo año consecutivo de crecimiento internacional, con un avance del 2,8%.

En Europa, las ventas de turismos y vehículos comerciales ligeros del grupo alcanzaron las 821.092 unidades, un 1,3% menos. Renault matriculó 528.849 vehículos, un 2,6% más, y se situó como la segunda marca del mercado europeo. Dacia alcanzó las 284.021 unidades, un 8,7% menos, aunque se mantuvo en el podio de ventas de turismos a clientes particulares. Alpine, por su parte, registró 8.222 vehículos y creció un 67,6%, firmando un semestre récord.

La electrificación supera el 52% de las ventas

La electrificación se convirtió en uno de los principales motores de Renault Group durante los primeros seis meses del año. En Europa, los modelos electrificados representaron el 52% de las ventas de turismos, 8,2 puntos más que un año antes. Los vehículos completamente eléctricos concentraron el 18,8% del total.

Renault lideró esta transformación dentro del grupo. Dos de cada tres vehículos de la marca vendidos en Europa, concretamente el 66,3%, ya incorporan algún tipo de electrificación. Los modelos totalmente eléctricos representaron el 26,6% de sus ventas, 10,3 puntos más.

El crecimiento estuvo impulsado especialmente por Renault 5 E-Tech eléctrico, Renault 4 E-Tech eléctrico y Scenic E-Tech eléctrico. El Renault 5 se convirtió en el vehículo eléctrico del segmento B más vendido en Europa, mientras que la marca ocupó la segunda posición tanto en el mercado híbrido como en el de vehículos eléctricos vendidos a particulares.

Las ventas mundiales de la marca Renault alcanzaron las 829.518 unidades, un 2,6% más. Sus vehículos completamente eléctricos crecieron un 63,2%, frente al avance del 34,2% registrado por el conjunto de este mercado.

Renault también ganó 0,4 puntos de cuota entre los clientes particulares de los cinco grandes mercados europeos —Francia, Alemania, España, Italia y Reino Unido— mientras redujo su exposición al alquiler de corta duración. Los vehículos de los segmentos C y D ya representan el 37,4% de sus ventas europeas.

Dacia mantiene su fortaleza comercial

Dacia vendió 327.077 vehículos en todo el mundo durante el primer semestre, un 8,1% menos.

La marca cerró el segundo trimestre con 181.729 matriculaciones, una cifra prácticamente idéntica a la del mismo periodo de 2025, y mantuvo a finales de junio una cartera de pedidos equivalente a la del año anterior.

El Sandero continúa como el turismo más vendido en Europa considerando todos los canales, mientras Dacia ocupa la tercera posición en el mercado europeo de ventas a particulares. Este canal representa el 77% de sus operaciones en los cinco principales mercados europeos.

La electrificación también avanza dentro de la gama Dacia. Los modelos electrificados ya suponen el 30,8% de sus ventas, 7,2 puntos más. Gracias al Duster y al Bigster, las matriculaciones de híbridos aumentaron un 30,2% y ya representan uno de cada cuatro vehículos vendidos.

El peso de las motorizaciones híbridas también crece entre los pedidos: representan el 37% en el Jogger, el 40% en el Duster y el 68% en el Bigster. Además, el 58% de los pedidos corresponde a los niveles de acabado superiores, porcentaje que asciende al 71% en el Duster y al 82% en el Bigster.

Alpine dispara sus ventas un 69%

Alpine firmó un primer semestre histórico con 8.538 vehículos vendidos en todo el mundo, un 69,1% más. Más del 80% de sus ventas ya corresponde a modelos completamente eléctricos.

El Alpine A290 lideró el crecimiento con 5.890 unidades, cerca de un 60% más. El A110 alcanzó los 1.607 vehículos, con un incremento del 22,4%, pese a que su producción finalizó en junio para preparar la llegada de la tercera generación. El nuevo Alpine A390 registró sus primeras 1.041 matriculaciones en la versión GT, mientras que los pedidos de la variante GTS ya están abiertos.

Fuera de Francia, las ventas de Alpine se multiplicaron por seis en Reino Unido, hasta alcanzar las 1.902 unidades. También aumentaron un 84% en España y un 78% en Alemania. Paralelamente, la red internacional de distribución pasó de 169 a 238 puntos de venta.

Renault Master impulsa los vehículos comerciales

En un mercado europeo de vehículos comerciales ligeros que creció un 2,1%, las ventas de Renault avanzaron un 11,7%. La marca encadena dos semestres consecutivos de crecimiento y consolida la segunda posición europea.

La amplitud de la gama y el éxito de las transformaciones realizadas mediante la solución “converted by Renault” permitieron al Renault Master situarse como líder europeo del mercado de grandes vehículos industriales. Fuera de Europa, su expansión también impulsó las ventas en mercados como Turquía y Marruecos.

La estrategia centrada en el valor permitió que Renault Group vendiera el 60% de sus turismos a particulares en los cinco grandes mercados europeos, 3,8 puntos más y 17,7 puntos por encima del promedio del mercado. Las ventas de vehículos del segmento C crecieron un 15,3%, hasta alcanzar las 164.161 unidades.

El grupo cerró junio con una cartera de pedidos equivalente a 2,1 meses de ventas previstas y con unos valores residuales situados entre 4 y 13 puntos por encima de sus principales competidores europeos.

Durante el segundo semestre, Renault Group continuará ampliando su gama con nuevos lanzamientos. Entre ellos figuran Renault Twingo E-Tech eléctrico, Renault Trafic Van E-Tech eléctrico, Renault Niagara para América Latina, Dacia Sandero híbrido, la nueva generación del Dacia Spring fabricada en Europa, Dacia Striker y Alpine A390 en su versión GTS. Con esta ofensiva, el fabricante pretende reforzar su crecimiento y avanzar en los objetivos establecidos por la estrategia futuREady.

Autor: Redacción