# Renault eleva un 9,5% su facturación y confirma sus objetivos financieros para 2026

Motor | 29/07/2026




**El grupo alcanza unos ingresos de 30.252 millones de euros y un beneficio neto de 721 millones, mientras acelera la electrificación y el despliegue de su estrategia futuREady**

Renault Group cerró el primer semestre de 2026 con una cifra de negocios de 30.252 millones de euros, un 9,5% más que durante el mismo periodo de 2025. El crecimiento alcanza el 10,3% a tipos de cambio constantes y está impulsado tanto por la actividad del Automóvil como por Mobilize Financial Services (MFS).

El fabricante obtuvo un beneficio neto de 721 millones de euros, frente a las pérdidas de 11.143 millones registradas un año antes. Esta fuerte diferencia está condicionada por los efectos contables relacionados con la participación de Renault en Nissan que impactaron negativamente en los resultados de 2025. El resultado neto atribuido al Grupo se situó en 705 millones de euros, equivalentes a 2,39 euros por acción.

El margen operacional alcanzó los 1.567 millones de euros, equivalente al 5,2% de la cifra de negocios. La cifra supone un descenso de 86 millones respecto a los 1.653 millones obtenidos durante el primer semestre de 2025, cuando el margen representó el 6% de los ingresos.

La división de Automóvil facturó 26.806 millones de euros, un 9,3% más, mientras que a tipos de cambio constantes el crecimiento fue del 10,2%. Su margen operacional se situó en 814 millones de euros, equivalente al 3% de su cifra de negocios, frente a los 985 millones registrados un año antes.

La evolución estuvo respaldada por los programas desarrollados con socios industriales, un efecto favorable del mix de producto y el éxito comercial de los vehículos eléctricos. También contribuyeron la integración de Renault Nissan Automotive India y el avance de la distribución de vehículos Geely en Brasil.

No obstante, el negocio se vio afectado por la devaluación de la lira turca, la libra esterlina y el peso argentino, así como por el aumento de los costes regulatorios y la presión comercial en Europa.

Mobilize Financial Services volvió a convertirse en uno de los pilares de los resultados del Grupo. Su cifra de negocios aumentó un 11%, hasta aproximadamente 3.400 millones de euros, mientras que su contribución al margen operacional alcanzó los 753 millones, 85 millones más que durante el primer semestre de 2025.

La mejora responde principalmente al crecimiento de la financiación a clientes y al aumento del margen obtenido por cada contrato. Renault considera que su financiera cautiva constituye una ventaja competitiva frente a otros fabricantes del sector.

El free cash-flow del Automóvil ascendió a 653 millones de euros, frente a los 62 millones negativos del primer semestre de 2025. La cifra incluye 250 millones en dividendos procedentes de Mobilize Financial Services, frente a los 150 millones recibidos un año antes.

A 30 de junio, la posición financiera neta del Automóvil se situó en 6.570 millones de euros, frente a los 7.335 millones contabilizados al cierre de 2025. Esta evolución incluye el pago de 655 millones en dividendos a los accionistas y unas inversiones financieras netas de 605 millones, vinculadas principalmente a la integración global de Flexis.

La reserva de liquidez del Automóvil permaneció en un nivel elevado, con 17.700 millones de euros.

## La electrificación gana peso

La ofensiva eléctrica de Renault Group continuó avanzando durante los seis primeros meses del año. Los vehículos electrificados representaron el 52% de las ventas del Grupo en Europa, 8,2 puntos más que durante el primer semestre de 2025.

Las ventas de vehículos completamente eléctricos aumentaron un 47,6% y alcanzaron el 18,8% del total, con un crecimiento de 6,5 puntos. Por su parte, los modelos híbridos representaron aproximadamente un tercio de las ventas del Grupo.

La marca Renault se situó como la segunda más vendida en Europa en el mercado conjunto de turismos y vehículos comerciales ligeros. También ocupó la segunda posición en ventas de vehículos eléctricos a clientes particulares y en el segmento de los híbridos.

Dacia se mantuvo entre las diez marcas con más matriculaciones de turismos en Europa y alcanzó la tercera posición en ventas a clientes particulares. El Sandero volvió a destacar como el turismo más vendido considerando todos los canales. Alpine, por su parte, incrementó sus ventas un 69,1% respecto al primer semestre de 2025.

Fuera de Europa, Renault Group reforzó su presencia en varios mercados estratégicos. Sus ventas crecieron un 61,2% en India, un 15,4% en Turquía, un 13,7% en Marruecos y un 5,3% en Brasil. La marca Renault aumentó un 2,8% sus ventas internacionales por segundo año consecutivo.

La cartera de pedidos en Europa equivale actualmente a 2,1 meses de ventas previstas. Los stocks totales alcanzaron las 546.000 unidades al cierre de junio, de las cuales 430.000 estaban en manos de concesionarios independientes y 116.000 pertenecían directamente al Grupo.

## futuREady acelera su despliegue

Renault Group atribuye buena parte de su crecimiento al rápido despliegue de futuREady, su nuevo plan estratégico centrado en el producto, la electrificación, la simplificación de la organización y la reducción de costes.

Durante el primer semestre se lanzaron el Clio VI y el Twingo E-Tech eléctrico en Europa, además de Boreal y Duster en los mercados internacionales. La ofensiva continuará durante la segunda mitad del año con Renault Niagara, el nuevo Mégane E-Tech, Dacia Striker, Sandero HEV y el nuevo Dacia Spring.

La compañía también prevé iniciar antes de finalizar 2026 la producción del Trafic Van E-Tech, presentado como el primer vehículo europeo definido por software. Paralelamente, Renault está reorganizando su estructura de ingeniería para acelerar la toma de decisiones y convertir el desarrollo de un vehículo en dos años en su nuevo estándar industrial.

El consejero delegado de Renault Group, François Provost, aseguró que “futuREady se está convirtiendo en nuestra nueva manera de operar” y destacó que la estrategia ya está ofreciendo resultados tangibles.

La compañía redujo sus costes en 184 millones de euros durante el primer semestre gracias a las mejoras en compras y al descenso de los gastos asociados a garantías, unos avances que permitieron compensar la inflación de las materias primas.

El objetivo a medio plazo es reducir los costes variables por vehículo en unos 400 euros anuales de media y mantener estable la base de costes fijos de caja. El Grupo también está aplicando medidas para limitar el impacto de la crisis en Oriente Medio sobre las materias primas, la energía y la logística.

Pese al entorno económico y geopolítico, Renault Group mantiene sus perspectivas financieras para 2026. La compañía prevé cerrar el ejercicio con un margen operacional próximo al 5,5% de la cifra de negocios y generar alrededor de 1.000 millones de euros de free cash-flow en la actividad del Automóvil.

La dirección considera que la evolución del plan de producto, el rendimiento de Mobilize Financial Services y el despliegue de futuREady permiten afrontar la segunda mitad del año con una posición sólida, aunque continuará la presión sobre los precios en Europa y sobre determinados costes industriales.

Autor: Redacción