



10 de marzo 2026

CON futuREady, LA MARCA RENAULT SE PREPARA PARA UN NUEVO CICLO DE CRECIMIENTO BASADO EN UNA GRAN OFENSIVA DE PRODUCTO Y ELECTRIFICACIÓN A NIVEL EUROPEO E INTERNACIONAL

- Con motivo del lanzamiento del plan estratégico futuREady de Renault Group, la marca Renault presentó las tres palancas clave que impulsarán su crecimiento de aquí a 2030.
- 1. Reforzar la posición de la marca en Europa**
 - Mediante el lanzamiento de **12 nuevos productos de aquí a 2030**.
 - Apoyándose en los segmentos **A y B** e iniciando una nueva ofensiva en los segmentos **C y D**.
- 2. Desplegar la electrificación en toda la gama**
 - Mediante la ampliación de la oferta **full hybrid E-Tech** más allá de 2030 en Europa y en mercados internacionales.
 - Mediante el desarrollo de una nueva generación de vehículos eléctricos basada en una nueva plataforma **RGEV medium 2.0**, diseñada para ofrecer mayor autonomía, eficiencia y carga ultra rápida.
 - Mediante la creación de una nueva generación de **voitures à vivre**, un enfoque ilustrado por el concept car **Renault R-Space Lab**.
 - Mediante el lanzamiento de una nueva generación de vans totalmente eléctricas con arquitectura **Software Defined Vehicle (SDV)** de 800 voltios.
- 3. Intensificar la ofensiva de la marca en los mercados internacionales con el lanzamiento de 14 nuevos modelos de aquí a 2030**
 - Estas ambiciones se expresan a través del show car **Bridger Concept**, precursor de un nuevo SUV del segmento B. Este modelo multi-energía, con versión eléctrica, se fabricará en India para el mercado indio y otras regiones, con el objetivo de responder a las necesidades de las poblaciones urbanas.
- **Objetivos de la marca Renault para 2030**
 - Vender **más de 2 millones de vehículos**, de los cuales la mitad fuera de Europa.

RENAULT PRESS

Más información:

Comunicaciones RENAULT-Sofasa

prensa.colombia@renault.com

El contenido del presente comunicado tiene carácter estrictamente institucional y no constituye, en ningún caso, una oferta, recomendación, promoción o publicidad de productos, servicios o actividades por parte de RENAULT-Sofasa. La información aquí contenida puede estar sujeta a modificaciones o actualizaciones.



- Incrementar la proporción de ventas electrificadas a **100 % en Europa y 50 % fuera de Europa**.

Durante el anuncio del plan estratégico futuREady de Renault Group, la marca Renault presentó su estrategia de crecimiento de aquí a 2030.

“Ahora estamos acelerando el próximo ciclo de crecimiento de la marca Renault gracias a tres poderosos impulsores. Nuestra ambición es clara: fortalecer nuestro liderazgo en Europa, acelerar la electrificación y avanzar más rápido a nivel internacional para confirmar a Renault como la marca automotriz francesa número uno en el mundo.

Para 2030, nuestro objetivo es vender más de 2 millones de vehículos en todo el mundo, con la mitad de las ventas generadas fuera de Europa.

Renault apunta a lograr un 100% de ventas electrificadas en Europa y un 50% de ventas electrificadas fuera de Europa, mientras entrega una rentabilidad sólida y sostenible”

Fabrice Cambolive

Chief Growth Officer, Renault Group

Chief Executive Officer, Renault brand

Reforzar la posición de la marca Renault en Europa

En Europa, Renault planea lanzar **12 nuevos modelos de aquí a 2030**, conformando una gama completa con el máximo atractivo, ofreciendo la tecnología adecuada para cada mercado y los productos adecuados para cada cliente.

En los **segmentos A y B**, donde Renault disfruta de un liderazgo histórico, la marca continuará fortaleciendo su impulso. Para ello se apoyará en los modelos complementarios lanzados recientemente, entre ellos **New Clio, Renault 5 E-Tech electric y Renault 4 E-Tech electric**, así como **Twingo E-Tech electric**, que ampliará la cobertura de mercado de la marca hacia el segmento A.

En los **segmentos C y D**, que actualmente representan **30 % de las ventas**, Renault prepara una segunda ola de vehículos con una nueva generación de modelos eléctricos e híbridos. La ambición consiste en lanzar un flujo continuo de innovaciones creadoras de valor mientras mejora su competitividad.

Desplegar la electrificación en toda la gama

La motorización híbrida seguirá siendo un pilar de la gama europea. Renault confirmó su intención de mantener su oferta **full hybrid E-Tech en Europa después de 2030**. Este sistema híbrido es reconocido por su eficiencia en consumo de combustible y emisiones de CO₂. Para muchos clientes representa el primer paso en la transición hacia un vehículo totalmente eléctrico.

RENAULT PRESS

Más información:

Comunicaciones RENAULT-Sofasa

prensa.colombia@renault.com



La marca también acelerará su despliegue fuera de Europa para desarrollar una alternativa a los motores diésel en diversas regiones del mundo. Algunos modelos ofrecerán motorizaciones eléctricas junto a soluciones híbridas y de combustión interna.

Los vehículos totalmente eléctricos continúan en el centro de la estrategia de Renault. La próxima generación de vehículos de los segmentos **C y D** se construirá sobre la nueva plataforma eléctrica **RGEV medium 2.0**. Diseñada para los mercados europeos, ofrece mayor autonomía, arquitectura de **800 V para carga ultra rápida**, tecnologías avanzadas y eficiencia optimizada.

Pensada para los segmentos **B+ a D**, esta arquitectura modular y versátil puede adaptarse a todos los estilos de carrocería. Se implementará en tres configuraciones:

- **100 % eléctrica**, con autonomía de hasta **750 km WLTP**
- **4x4 eléctrica**, con capacidad de remolque de hasta **2 toneladas**
- **eléctrica con extensor de autonomía**, alcanzando hasta **1.400 km de autonomía total**

De esta manera, Renault ofrece una solución innovadora, sencilla y tranquilizadora que combina las ventajas de la movilidad eléctrica con la libertad de realizar viajes de larga distancia sin comprometer la experiencia eléctrica.

En vehículos comerciales, Renault acelera el proceso de electrificación con **Trafic van E-Tech electric**. El primer vehículo definido por software de la marca también incorporará tecnología de **800 V**, permitiendo carga rápida y una autonomía de hasta **450 km**.

Renault R-Space Lab, un laboratorio para explorar el espíritu de las voitures à vivre

Renault busca reinventar la experiencia a bordo, diseñada para responder a diversas necesidades de los clientes. Basado en el trabajo de **Futurama**, el laboratorio de innovación creado por Renault Group para explorar vehículos inteligentes hacia 2030, **Renault R-Space Lab** se inscribe plenamente en este enfoque.

Este demostrador de innovación redefine la experiencia interior de las **voitures à vivre**, con una cabina luminosa y modular diseñada para vivir, en la cual las tecnologías y el espacio interior se reconfiguran de forma intuitiva según el uso. Aunque no anticipa un modelo de producción, R-Space Lab ilustra claramente el espíritu y el ADN de la marca.

Un cockpit conectado y tecnológico centrado en los pasajeros

El cockpit reinterpreta el ADN de Renault con un enfoque centrado en las personas, en el cual la tecnología busca aportar valor real en el uso.



La pantalla panorámica curva **openR** ocupa todo el ancho del tablero y muestra información de velocidad, ADAS y multimedia con gran legibilidad. Las funciones principales se controlan de forma natural desde la pantalla central, como en un smartphone.

El volante compacto libera el campo de visión del conductor y mejora el confort de conducción gracias a la tecnología **steer-by-wire**.

Dentro del programa **Human First**, R-Space Lab explora nuevos dispositivos dedicados a la seguridad de los pasajeros y otros usuarios de la vía, como un detector táctil de alcohol para apoyar a los conductores jóvenes o sistemas de inteligencia artificial en el vehículo. Estas funciones pueden mejorar el **Safety Coach** mediante recomendaciones personalizadas o ayudar al conductor a interactuar con el vehículo como asistente de conducción.

Un interior confortable y modular

Con **4,5 m de longitud y 1,5 m de altura**, Renault R-Space Lab combina líneas fluidas con un amplio espacio interior.

La pantalla panorámica openR libera espacio en la parte frontal. En el lado del pasajero, los airbags delanteros y de cortina se integran en el asiento, lo que libera el tablero y permite incorporar una guantera multifunción capaz de guardar una tableta o una bolsa, o desplegarse para ofrecer un espacio para descansar y estirar las piernas.

El asiento del pasajero también puede deslizarse hacia la segunda fila para facilitar la interacción con los pasajeros traseros o con un niño en un asiento infantil.

Los tres asientos traseros individuales tienen el mismo ancho y respaldos ligeramente inclinados para mejorar el confort. Los respaldos abatibles y los cojines elevables, junto con el piso plano, permiten una configuración completamente modular.

Los asientos pueden deslizarse hacia delante para liberar espacio suficiente en el maletero para una bicicleta. Cuando los cojines se elevan, el espacio trasero se optimiza para transportar objetos voluminosos o una mascota. Para facilitar el acceso y la carga, las puertas traseras se abren hasta **90 grados**.

Todas las configuraciones buscan adaptarse a múltiples usos cotidianos.

Un interior excepcionalmente luminoso

R-Space Lab cuenta con una amplia superficie acristalada. El parabrisas se prolonga hacia un techo completamente transparente. Los pilares delgados, el medio pilar B y las



puertas sin marco crean una cabina llena de luz que refuerza la sensación de espacio y conexión con el exterior.

Intensificar la ofensiva internacional

"Renault ahora se apoya en sólidos polos en Marruecos, Türkiye, América Latina, Corea del Sur e India, donde ya contamos con una fuerte presencia industrial y comercial. Con futuREady, nuestra ambición es clara: fortalecer nuestras posiciones en nuestros mercados clave con productos totalmente adaptados a cada región, electrificados y fieles al ADN de Renault. Nuestros cinco polos son motores de crecimiento. Su papel es desarrollar, producir y exportar vehículos competitivos, trabajando con nuestras bases técnicas compartidas en torno a tres plataformas globales.

Esta combinación única de agilidad local y coherencia global es la clave de nuestra aceleración fuera de Europa"

Fabrice Cambolive

Chief Growth Officer, Renault Group

Chief Executive Officer, Renault brand

La principal marca automotriz francesa del mundo, Renault, vendió **620.000 vehículos fuera de Europa en 2025**, lo que representa un aumento del **11 % respecto a 2024**.

Sobre esta base, la marca prepara una ofensiva internacional apoyada en cinco polos estratégicos ubicados en **Marruecos, Türkiye, América Latina, Corea del Sur e India**.

El objetivo consiste en capturar crecimiento en los mercados internacionales y reforzar la competitividad de Renault en Europa.

Además de los ocho nuevos productos previstos fuera de Europa y de los cinco modelos ya conocidos (**Kardian, Duster, Grand Koleos, Boreal y Filante**), la marca Renault acelerará su crecimiento internacional con el lanzamiento de **14 nuevos modelos de aquí a 2030**.

Renault se apoyará principalmente en **América Latina, Corea del Sur e India**, mercados con fuerte presencia industrial y comercial. En conjunto, estos mercados representan un potencial equivalente al de Europa.

Mediante plataformas compartidas, alianzas estratégicas adaptadas a cada mercado y organizaciones locales ágiles, Renault continuará desarrollando vehículos globales adaptados a las necesidades de cada región.

La marca utilizará la plataforma multi-energía **GEA (Geely Electric Architecture)** para ampliar su oferta de vehículos de bajas o cero emisiones, a través de sus plantas en Brasil y Corea del Sur.

RENAULT PRESS

Más información:

Comunicaciones RENAULT-Sofasa

prensa.colombia@renault.com



India, uno de los pilares del plan

India representa uno de los mercados automotrices con mayor crecimiento del mundo, impulsado por la electrificación y la expansión de los SUV.

Renault está presente en India desde hace quince años y aprovecha su conocimiento del mercado y su ecosistema industrial local.

India se convertirá en un centro global de producción y suministro para la marca. De aquí a 2030, **cuatro nuevos modelos se diseñarán y fabricarán en India**, incluidos vehículos **100 % eléctricos y full hybrid**.

Renault Bridger Concept, símbolo de la ofensiva internacional

El **Bridger Concept** expresa la ofensiva internacional de Renault.

Este SUV de menos de cuatro metros está preparado para establecer un nuevo estándar de movilidad urbana y conquistar nuevos clientes en el segmento B.

Nuevas proporciones y fuerte personalidad

El diseño robusto se refleja en una altura libre al suelo de **200 mm**. Sobre ruedas de **18 pulgadas**, el vehículo proyecta la imagen de un aventurero urbano.

Las líneas cúbicas del frontal parecen esculpidas. Las formas limpias y precisas aportan carácter y elegancia.

En la parte trasera, la rueda de repuesto en el portón refuerza el aspecto todoterreno del vehículo.

Los pasos de rueda, el nombre Renault en la parrilla y el color **Beige Dune Satin** aportan un contraste visual equilibrado.

Compacto por fuera, amplio por dentro

A pesar de su tamaño exterior compacto, Bridger Concept ofrece gran espacio interior.

El espacio para las rodillas en la segunda fila alcanza **200 mm**, un récord en su segmento.

El maletero ofrece **400 litros de capacidad**.

La posición de conducción elevada mejora la visibilidad y la sensación de protección frente a otros usuarios de la vía.

Modelo de producción previsto antes de finales de 2027

Bridger Concept anticipa un vehículo que se desarrollará en India en menos de dos años según los nuevos estándares del Renault Group.

RENAULT PRESS

Más información:

Comunicaciones RENAULT-Sofasa

prensa.colombia@renault.com



El modelo se basará en la plataforma modular **RGMP small** y ofrecerá versiones **de combustión, híbridas o eléctricas** según el mercado.

El lanzamiento inicial está previsto en **India antes de finales de 2027**, seguido de una expansión progresiva hacia otros mercados internacionales.

Una estrategia basada en crecimiento y electrificación

Con **26 nuevos productos previstos en los próximos cuatro años**, Renault busca un crecimiento significativo y aspira a vender **más de dos millones de vehículos en 2030**, incluidos automóviles y vehículos comerciales ligeros.

En Europa, Renault quiere mantener su posición como marca generalista líder en la transición energética gracias a las tecnologías **E-Tech electric** y **E-Tech full hybrid**, con **100 % de ventas electrificadas en 2030**.

Al mismo tiempo, la presencia internacional de la marca ofrece un importante potencial de crecimiento y electrificación en numerosos mercados. Renault aspira a generar **la mitad de sus ventas fuera de Europa en 2030** y aumentar la proporción de motorizaciones eléctricas e híbridas hasta **50 % de las ventas internacionales**.

[Descarga aquí el material fotográfico en diferentes formatos](#)

ACERCA DE RENAULT

Renault es la principal marca automotriz francesa a nivel mundial. Con más de un siglo de innovación, desarrolla vehículos con diseño atractivo, tecnologías útiles centradas en las personas y motorizaciones electrificadas que mantienen el placer de conducción.

Diseñados como espacios de vida, los vehículos Renault responden a las necesidades de la vida cotidiana.

Tras una profunda transformación iniciada con el plan **Renaulution**, la marca inicia ahora un nuevo ciclo estratégico con **futuREady**, un plan destinado a reforzar su competitividad y garantizar un desempeño sostenible a largo plazo tanto en Europa como a nivel internacional.

Esta ambición se basa en productos atractivos, una mayor presencia internacional y un enfoque pragmático de electrificación sustentado en dos pilares: **100 % híbrido y 100 % eléctrico**, para acompañar la transición energética al ritmo de cada mercado.

RENAULT PRESS

Más información:

Comunicaciones RENAULT-Sofasa

prensa.colombia@renault.com