

Renault Group gana rentabilidad y caja en 2025 pese al fuerte impacto contable de Nissan

Motor | 19-02-2026 | 09:33

Renault Group



Renault Group

Renault Group cerró 2025 con una facturación de 57.922 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 3,0% respecto a 2024 (+4,5% a tipos de cambio constantes). El grupo logró un margen operativo de 3.632 millones de euros, equivalente al 6,3% de los ingresos, confirmando su capacidad de resistencia en un entorno de mercado complejo y altamente competitivo.

No obstante, el resultado neto del Grupo se situó en -10.931 millones de euros. Esta cifra está fuertemente condicionada por impactos no monetarios derivados del cambio en el tratamiento contable de su participación en Nissan, así como por la contribución negativa de empresas asociadas. Sin el efecto Nissan, el resultado neto habría sido positivo, alcanzando los 715 millones de euros.

Sólida generación de caja y balance reforzado

El free cash-flow del negocio del Automóvil se situó en 1.473 millones de euros, incluyendo 300 millones en dividendos procedentes de Mobilize Financial Services.

La posición financiera neta del área automovilística alcanzó un nivel récord de 7.370 millones de euros a 31 de diciembre de 2025, reforzando la solidez del balance del grupo. Además, el nivel de inventarios se mantiene equilibrado, con 539.000 vehículos en stock al cierre del ejercicio.

En cuanto a la remuneración al accionista, el Consejo propondrá en la Junta General del 30 de

abril de 2026 un dividendo de 2,20 euros por acción, estable respecto al ejercicio anterior.

Crecimiento comercial por encima del mercado

En 2025, Renault Group vendió 2.336.807 vehículos en todo el mundo, un 3,2% más en un mercado global que creció un 1,6%. En Europa, el grupo se situó entre los principales fabricantes del continente.

La marca Renault se consolidó como la firma francesa líder a nivel mundial y la segunda marca en el mercado europeo de turismos y vehículos comerciales ligeros. Dacia ascendió al segundo puesto en el mercado europeo de turismos vendidos a particulares, con el Sandero como el modelo más vendido en Europa en todos los canales. Por su parte, Alpine superó por primera vez las 10.000 matriculaciones anuales.

A escala internacional, la marca Renault incrementó sus ventas un 11,7%, con crecimientos destacados en América Latina, Corea del Sur y Marruecos.

Aceleración en electrificación

El grupo intensificó su ofensiva eléctrica en Europa, con un aumento del 77,3% en las ventas de vehículos eléctricos y del 35,2% en híbridos. Los eléctricos representan ya el 14% del total de ventas y los híbridos el 30%.

La marca Renault alcanzó un mix eléctrico del 20,3%, mientras que Dacia duplicó sus ventas de modelos híbridos respecto a 2024, consolidando su posicionamiento en la transición energética.

Perspectivas para 2026 y medio plazo

Para 2026, Renault Group prevé un margen operativo en torno al 5,5% y un free cash-flow del negocio del Automóvil cercano a los 1.000 millones de euros, en un contexto que seguirá marcado por la presión competitiva y la transformación tecnológica.

A medio plazo, el grupo aspira a mantener un margen operativo de entre el 5% y el 7% y generar al menos 1.500 millones de euros anuales de free cash-flow de media, apoyado en la expansión internacional, la electrificación y una estricta disciplina de costes.

El consejero delegado, François Provost, subrayó que los resultados de 2025 reflejan la solidez estratégica del grupo y su capacidad de adaptación, y avanzó que en las próximas semanas se presentará una nueva hoja de ruta orientada al crecimiento y al refuerzo de la resiliencia operativa y financiera.

Autor: Redacción