vinetur

Carrefour abrirá más de 750 establecimientos en España hasta 2030

La compañía abrirá más de 750 tiendas nuevas en España antes de 2030 y lidera la implantación de inteligencia artificial en el grupo

jueves 19 de febrero de 2026



Carrefour ha cerrado el ejercicio 2025 con unas ventas netas en España de 10.958 millones de euros, lo que supone un aumento del 1,4% respecto al año anterior. Si se excluye el efecto de los combustibles, la facturación subió un 1,9% en términos comparables y un 2,4% en orgánicos. El beneficio operativo recurrente en España alcanzó los 463 millones de euros, un 13,5% más que en 2024.

La compañía ha explicado que el grupo obtuvo buenos resultados en España tanto en alimentación como en productos no alimentarios. Las inversiones realizadas desde 2024 para mejorar la competitividad han tenido efectos positivos. Carrefour afirma haber consolidado su posición como líder en precios en el país durante 2025.

A nivel internacional, las ventas netas del grupo sumaron 82.102 millones de euros, lo que representa un incremento del 0,5%. Sin embargo, el beneficio neto del grupo bajó más de un 55%, situándose en 319 millones de euros. El beneficio operativo recurrente descendió un 5,4%, hasta los 2.158 millones.

Por regiones, Francia registró ingresos comparables con una subida del 0,4%, alcanzando los 46.301 millones de euros. En Bélgica las ventas aumentaron un 0,8%, hasta los 4.427 millones de euros. En Rumanía crecieron un 1,5%, hasta los 3.175 millones de euros. En Polonia se produjo una bajada del 1,7%, quedando en 2.384 millones de euros.

En Latinoamérica, Carrefour facturó en Brasil 19.585 millones de euros, lo que supone un aumento del 2,6%. En Argentina los ingresos subieron un 33,6%, hasta los 3.708 millones de euros.

Al finalizar el año pasado, Carrefour contaba con una red formada por 1.189 hipermercados, 4.107 supermercados, 9.563 tiendas de conveniencia, 663 establecimientos ‘cash & carry’, 139 tiendas Supeco y 58 locales Sam’s Club. En total suman 15.719 puntos de venta a nivel internacional, lo que supone un crecimiento del 11,8% respecto a diciembre de 2025.

Alexandre Bompard, presidente y director ejecutivo del grupo, ha señalado que durante el año pasado Carrefour logró buenos resultados especialmente en Francia y España, mientras que Brasil presentó condiciones de mercado más difíciles. Entre los hechos

relevantes del año figuran la integración de las marcas Cora & Match en Francia y la venta de Carrefour Italia y el anuncio de la venta de Carrefour Rumanía a principios de este año.

Bompard ha explicado que el margen operativo alcanzado en Francia fue del 3% sobre su perímetro histórico y ha puesto en valor la mejora registrada en España. El directivo ha afirmado que afrontan este año con confianza y que presentarán su visión estratégica y objetivos para los próximos años durante el Capital Market Day previsto para este viernes.

En cuanto a la estrategia futura, Carrefour ha presentado este miércoles su plan para abrir más de 750 establecimientos nuevos en España antes de finalizar la década. El objetivo es reforzar su posición en el mercado español mediante inversiones adicionales y recursos destinados a este país.

Bompard ha señalado que España es actualmente el país más rentable para el grupo y que se impulsarán nuevas aperturas aprovechando oportunidades en estaciones y aeropuertos. Además, Carrefour España lidera la implantación de inteligencia artificial dentro del grupo.

La compañía tiene como prioridades aumentar la fidelización del cliente y potenciar sus marcas propias junto con una política activa de precios competitivos. También busca consolidar su red comercial y mejorar la eficiencia operativa mediante nuevas tecnologías.

El plan estratégico presentado por Carrefour prevé alcanzar una cuota del mercado del 25% en Francia y del 20% en Brasil antes de finalizar la década, además de mantener su posición como segundo operador por volumen en España. Para lograrlo se prevé abrir más de mil tiendas nuevas entre Francia y España hasta llegar a las 7.500 tiendas entre ambos países.

Carrefour espera ahorrar hasta mil millones de euros gracias a mejoras en compras conjuntas europeas, simplificación administrativa y mayor productividad apoyada por inteligencia artificial.

Bompard ha asegurado que este nuevo plan estratégico está centrado en el crecimiento y la mejora de la rentabilidad sobre tres mercados clave: Francia, España y Brasil. El directivo ha remarcado el compromiso con clientes y accionistas e insiste en aprovechar al máximo las oportunidades tecnológicas para impulsar el desarrollo futuro del grupo.