

PANORAMA RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

**LA CARRERA POR CARREFOUR:
LA OPERACIÓN QUE PUEDE REDEFINIR
EL RETAIL ARGENTINO**





ÍNDICE DE CONTENIDOS

STAFF



**Frédéric
Gautier**

CEO de ILACAD
World Retail



**Daiana
Coronel**

Journalist &
Retail Analyst

Nota principal

03 La carrera por Carrefour:
la operación que puede
redefinir el retail argentino

WEBINAR LATAM

CÓMO GANAR LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES CON EL PROCESO CATMAN

UNA **GUÍA PRÁCTICA** PARA **LÍDERES COMERCIALES Y KAMS** QUE BUSCAN
PROCESOS MÁS SÓLIDOS, DECISIONES BASADAS EN DATOS Y **MEJORES ACUERDOS**
CON CADENAS Y DISTRIBUIDORES.



MIÉRCOLES
21 DE ENERO
12:00 HORAS CDMX

¡RESERVA TU LUGAR!



FRÉDÉRIC GAUTIER

LIVE

IMPARTIDO POR



YOAN MONTOLIO

LA CARRERA POR CARREFOUR: LA OPERACIÓN QUE PUEDE REDEFINIR EL RETAIL ARGENTINO



El proceso de venta de Carrefour Argentina entró en su etapa decisiva y se encamina a convertirse en una de las operaciones más relevantes del retail local en los últimos años. Con cerca de **700 sucursales, más de 17.000 empleados y una participación de mercado superior al 20%**, el futuro de la cadena francesa no solo definirá el destino de una compañía, sino que podría **alterar el equilibrio competitivo del sector supermercadista argentino**.

La salida de Carrefour del país forma parte de un **plan global de revisión de activos impulsado por su CEO mundial, Alexandre Bompard**, orientado a desprenderse de operaciones consideradas no estratégicas para concentrar inversiones en mercados clave como Francia, España y Brasil. En ese marco, Argentina quedó incluida en el proceso de desinversión, con una fecha límite fijada por el board para mediados de diciembre.

Alexandre Bompard,
CEO mundial de Carrefour



Desde entonces, se abrió **una carrera silenciosa pero intensa** entre distintos jugadores del retail y del capital financiero, cada uno con estrategias, objetivos y visiones muy diferentes sobre qué hacer con el legado de Carrefour en el país.

UN ACTIVO CLAVE EN JUEGO

Carrefour Argentina opera hoy **80 hipermercados, más de 450 tiendas Express, formatos Market y Mayorista**, además de una entidad financiera propia. Su capilaridad territorial —presente en más de 110 municipios— y su escala lo convierten en un activo difícil de replicar en el contexto actual.

Para el mercado, la operación no se lee únicamente como una compra, sino como una **reconfiguración estructural: quién se quede con Carrefour tendrá la posibilidad de consolidar posiciones, ganar volumen, negociar mejor con proveedores y redefinir formatos** en un escenario de consumo cada vez más fragmentado y sensible al precio.



DE TÍA A CARREFOUR... Y EL POSIBLE REGRESO DEL APELLIDO DE NARVÁEZ

Uno de los aspectos más llamativos de esta operación es su **carga histórica**. El principal candidato durante buena parte del proceso fue **Francisco De Narváez**, actual dueño de Changomás, en una historia que conecta el pasado y el presente del retail argentino.

Francisco De Narváez
Dueño del Grupo De Narváez en Argentina, Uruguay y Ecuador



Carrefour en Argentina

De la expansión al punto de inflexión



© ILACAD World Retail

Antes de la llegada de Carrefour al país, el negocio supermercadista de gran escala estuvo marcado por **Tía**, la cadena fundada por la familia De Narváez, que durante décadas fue sinónimo de comercio masivo en Argentina. En los años 90, como parte del proceso de apertura económica y desembarco de multinacionales, **Carrefour adquirió buena parte de las operaciones de Tía**, marcando el inicio de su fuerte expansión local.

Así, el grupo francés construyó su presencia en Argentina sobre una base que, en gran medida, había sido desarrollada por capitales locales. Más de tres décadas después, el apellido De Narváez vuelve a quedar ligado a Carrefour, esta vez como potencial comprador.

Tras comprar Walmart Argentina en 2020, Francisco De Narváez relanzó esos activos bajo

la marca **Changomás**, y desde entonces ha trabajado en consolidar una operación con baja superposición geográfica con Carrefour, un dato no menor desde el punto de vista regulatorio.

Su propuesta se apoya en un modelo de continuidad operativa, con **la intención de mantener la marca Carrefour mediante un esquema de licencia o franquicia, capitalizando su reconocimiento y evitando una transición traumática en cientos de tiendas.**

UNA CARRERA CON MÚLTIPLES ESTRATEGIAS

Además del grupo liderado por De Narváez (GDN), el proceso sumó a otros jugadores de peso:

- **Coto**, uno de los mayores retailers de capital nacional, que armó un equipo técnico y financiero de primer nivel para evaluar la operación.
- **Fondos de inversión internacionales**, interesados tanto en el negocio comercial como en el valor inmobiliario de los activos.
- **Asesores financieros globales**, con Deutsche Bank liderando el mandato de venta.

Cada interesado llegó con una lectura distinta del negocio: **continuidad de marca, integración parcial, desmembramiento de activos o reconversión inmobiliaria.**

LA ÚLTIMA JUGADA INESPERADA



En los días previos al deadline final, el proceso sumó tensión con una **oferta conjunta de Coto y un fondo estadounidense**, que habría presentado una propuesta económica superadora y con una salida “limpia” de Carrefour del país, sin continuidad de marca.

Esta jugada de último momento reavivó la competencia y obligó a Carrefour Francia a evaluar no solo el precio, sino también **la velocidad de ejecución, los riesgos regulatorios y la complejidad operativa de cada alternativa.**

Más allá de este movimiento final —que ya tiene su propia lectura—, el trasfondo sigue siendo el mismo: **quién está mejor preparado para absorber, transformar y sostener una operación de esta magnitud en la Argentina actual.**

MUCHO MÁS QUE UNA VENTA

La definición del futuro de Carrefour Argentina marcará un antes y un después. No se trata solo de un cambio de manos, sino de una señal al mercado sobre:

- el rol del capital local frente a las multinacionales,
- la escala como barrera competitiva,
- la viabilidad de los grandes formatos,
- y el rumbo del retail en un país que sigue siendo desafiante, pero estratégico por volumen y hábitos de consumo.

En ese sentido, la carrera por Carrefour es también una radiografía del retail argentino hoy: resiliente, en transformación constante y con jugadores dispuestos a apostar fuerte cuando los activos lo justifican.



CREA Y COMPARTE
GRATUITAMENTE

TUS PLANOGRAMAS

CREA TU CUENTA EN

www.opencatman.com



E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management

RETAIL & CATMAN News



Tiendas 3B alcanza las 50 tiendas y consolida el formato de “cadena de ahorro” en Bolivia

Grupo Éxito inauguró en el Centro Comercial Los Molinos la primera boutique Tiendas 3B continúa acelerando su crecimiento en Bolivia y acaba de marcar un nuevo hito: la apertura de su tienda número 50, consolidándose como la primera Cadena de Ahorro del país. Con esta inauguración, la compañía refuerza su presencia en el eje metropolitano de Santa Cruz y profundiza su propuesta de cercanía, precios bajos y marcas propias.

Desde su llegada al mercado boliviano en julio de 2023, Tiendas 3B ha desarrollado un modelo basado en un surtido inteligente de productos esenciales para el hogar, precios competitivos, promociones permanentes y una fuerte apuesta por marcas propias.

La última expansión antes del cambio de manos: Carrefour Argentina adquiere Super A

En medio de un escenario de reconfiguración estratégica a nivel global, Carrefour Argentina concretó una de sus últimas operaciones de crecimiento en el país: la adquisición de 16 sucursales de la cadena mendocina Super A, un movimiento que le permitió superar las 700 tiendas propias a nivel nacional y reforzar su presencia federal.

La operación, que involucra locales ubicados en la provincia de Mendoza, se alinea con el foco histórico de Carrefour en el formato de proximidad. En las próximas semanas, las tiendas comenzarán su proceso de reconversión para operar bajo el modelo Carrefour Express, mientras que los 60 colaboradores de Super A se incorporarán a la nómina local de la compañía, que ya emplea a más de 17.000 personas en Argentina.



Por Frédéric Gautier
Experto en Retail & Category
Management y CEO de Ilacad y
OPENCatman

Colaboración integral en tiempo real: el desafío del Category Management en América Latina



Carrefour se suma a Mercado Libre con una tienda oficial que incorpora frescos y congelados

Carrefour Argentina y Mercado Libre anunciaron una nueva alianza comercial que amplía la oferta de supermercado dentro de la plataforma de e-commerce. Desde ahora, los usuarios pueden comprar directamente en la tienda oficial de la cadena, que incorpora por primera vez categorías de productos frescos —como carnes, frutas, verduras— y también congelados, con entregas rápidas.

La propuesta incluye alrededor de 10.000 artículos, que se integran al surtido habitual de la sección Supermercado de Mercado Libre.

Dr. Simi: cuando la empatía se convierte en ventaja competitiva

En un contexto donde el sector farmacéutico enfrenta crecientes niveles de exigencia social, presión regulatoria y consumidores más atentos a la coherencia entre discurso y práctica, Farmacias del Dr. Simi cerró el año consolidándose como la cadena con mejor reputación corporativa y la más empática de Chile, según diversos estudios independientes.

Más allá de los reconocimientos, el caso ofrece claves relevantes para entender cómo se construye valor de marca en categorías altamente sensibles.

Assaí actualiza al mercado sobre disputa legal y arbitral con GPA por contingencias tributarias

Assaí Atacadista (Sendas Distribuidora S.A.) informó al mercado sobre el estado de los procesos judiciales y arbitrales que mantiene con Companhia Brasileira de Distribuição (GPA) y el grupo Casino, vinculados a contingencias tributarias anteriores a la escisión societaria concretada el 31 de diciembre de 2020.

Según comunicó la compañía, las acciones legales buscan definir responsabilidades y exigir garantías por pasivos fiscales que corresponden a GPA, pero que autoridades tributarias intentaron atribuir de manera solidaria a Assaí tras la separación de ambos negocios.