



Informe de Impacto Corporativo de Lidl en España

Lidl supera los 9.200 M€ de impacto económico y reivindica su papel como motor de crecimiento en España

- Lidl eleva su impacto económico hasta los **9.238 millones de euros en 2024 (+6,5%)**, según la consultora independiente PwC, reafirmando su objetivo de ser la primera opción para clientes, empleados, proveedores y sociedad en general
- La actividad de la compañía **generó 190.906 empleos** directos, indirectos e inducidos, **un 5,8 % más** que el año anterior
- Lidl sumó **más de 10.000 nuevos empleos**, incluidos 1.244 directos, lo que la sitúa como cadena de supermercados líder en tasa de generación de empleo directo
- La compañía cuenta con más de **700 tiendas, 14 plataformas logísticas y más de 19.700 empleados**, siendo ya la tercera cadena de distribución por cuota de mercado
- El 58% de su impacto económico total (5.397 millones) se concentró en **territorios con renta por debajo de la media**
- El **53% del empleo vinculado** a Lidl se genera en provincias con mayores niveles de desempleo, evidenciando que su impacto es especialmente significativo en las zonas que más necesitan actividad económica y generación de oportunidades
- Lidl **concentra el 35% de su impacto** en PIB en **zonas de baja densidad de población** y más de 1.000 empleos en 43 de las 50 provincias del país están vinculados a su actividad
- **Agricultura y ganadería concentran 2.677 millones de euros del impacto derivado de la actividad de Lidl (32,8%)**, seguidas de alimentación y bebidas (1.088 millones; 13,3%)
- Lidl compró **7.860 millones de euros de producto español** en 2024 (+5%), y trabaja con más de 860 proveedores en todo el país
- **El 15% de todas las exportaciones nacionales de frutas y verduras** se canaliza a través de Lidl, siendo el primer comprador de España
- Lidl **exporta producto español por valor de 4.067 millones de euros (+4%)**, rebasando por primera vez la barrera de los 4.000 M€, y genera un superávit comercial de 2.752 millones (+3%)



Madrid, 18 de diciembre de 2025.- Lidl vuelve a batir récords en España al alcanzar los 9.238 millones de euros de contribución al PIB español en 2024, sumando el impacto directo, indirecto e inducido, lo que supone un 6,5% más que el año anterior. Esta es la principal conclusión que se desprende del último *Informe de Impacto Corporativo de Lidl en España* elaborado por la consultora PwC, que también destaca que su actividad contribuyó con 190.906 empleos en el conjunto de la economía (un 0,88% del total de puestos de trabajo) y que el último año generó más de 10.000 empleos adicionales (+5,8% respecto a 2023), incluidas las 1.244 incorporaciones directas a la plantilla. Gracias a este crecimiento orgánico, Lidl se consolida como el supermercado con la mayor tasa de generación de empleo directo en España en 2024.

Estos datos reflejan que, más de tres décadas después de su llegada, la compañía de origen alemán se consolida como un motor de crecimiento para España. Concretamente, Lidl es hoy la tercera cadena de distribución alimentaria por cuota de mercado en el país, con una estructura formada por más de 700 tiendas, 14 almacenes y un equipo en crecimiento de más de 19.700 empleados, datos que lo convierten en un generador de riqueza pública y como un agente estratégico para la sostenibilidad del tejido productivo español.

El análisis de PwC también recoge la contribución fiscal total de la compañía en España, que en 2024 ascendió a 557 M€. De esta cifra, 272 millones de euros corresponden a impuestos soportados —tributos que se abonan directamente y no se trasladan a terceros—, entre los que destacan los asociados al empleo, que alcanzaron 138 M€, más de la mitad (51%) del total.

Los resultados del estudio se han presentado esta mañana en Madrid, en un encuentro que ha contado con la participación del **director de Administración y Finanzas de Lidl España, Jordi Llenas; el socio de PwC Jordi Esteve; el director de Corporate Affairs de Lidl España, Alex Faull, y el responsable de comunicación corporativa y Public Affairs de Lidl España, Víctor de Bobes.**

Para Jordi Llenas, *“los datos del informe confirman la solidez de nuestro modelo y el grado de integración que Lidl ha alcanzado en la economía española. No solo seguimos creciendo, sino que generamos oportunidades para miles de empresas y contribuimos a crear empleo en prácticamente todas las comunidades autónomas. Nuestro compromiso es seguir invirtiendo, reforzando nuestra red y ampliando nuestra aportación al país”.*

Un efecto económico que llega a todo el territorio nacional

La huella económica generada por la actividad de Lidl tiene un alcance territorial que se extiende por toda España y genera un impacto significativo tanto en grandes áreas metropolitanas como en provincias eminentemente rurales.



El estudio de PwC confirma que las provincias que registran un mayor impacto de la actividad de Lidl son Murcia, Barcelona, Madrid, Almería y Valencia. Mientras Murcia, Valencia y Almería destacan por el peso de la producción hortofrutícola y por el efecto tractor de Lidl sobre el sector primario, Madrid y Barcelona lo hacen por la fuerte presencia operativa y logística de la compañía.

Por comunidades autónomas, Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana, la Región de Murcia y la Comunidad de Madrid son las comunidades donde la compañía moviliza un mayor volumen de PIB y empleo en términos absolutos, reflejo de su peso en los principales polos económicos y logísticos del país.

Un impacto que vertebra el territorio y apoya a las provincias más vulnerables

El informe también revela que más de 1.000 empleos en 43 de las 50 provincias españolas están vinculados a la actividad de Lidl, lo que demuestra la amplia distribución territorial de su impacto y la extensión de su cadena de suministro por todo el país. Esa amplia distribución del empleo explica, además, por qué buena parte del efecto de la compañía se concentra en áreas donde la actividad económica es más vulnerable: El 58% del impacto económico total generado por Lidl (5.397 millones de euros) se concentra en provincias con un nivel de renta por habitante inferior a la media nacional y el 53% de los empleos vinculados a la compañía se producen en provincias con tasas de paro superiores a la media española. Estos datos evidencian que Lidl no solo está presente en gran parte del territorio, sino que su impacto es especialmente significativo en las zonas que más necesitan actividad económica y generación de oportunidades.

La compañía tiene un impacto especialmente relevante en provincias poco pobladas, envejecidas o que han perdido habitantes en los últimos años. Según el informe, más del 35% del impacto total en PIB se genera en territorios con menor densidad de población, y alrededor del 20% en provincias que han sufrido pérdida demográfica en la última década. Este efecto se suma al peso de la actividad en provincias agrícolas como Almería, Murcia o Huelva, donde la capacidad tractora de Lidl es particularmente alta: en estos territorios, por cada euro generado directamente por la compañía, se producen entre 26 y 36 euros adicionales en su entorno económico inmediato.

Compras nacionales y una red de proveedores que impulsa el tejido productivo español

La actividad de Lidl está profundamente vinculada al sector agroalimentario español y su impacto se refleja con especial intensidad en dos ámbitos clave. El sector más beneficiado es el de la agricultura y la ganadería, con 2.677 millones de euros, el equivalente al 32,8% del total generado por Lidl a través de su cadena de suministro. En segundo lugar, se posiciona el sector de la alimentación y bebidas, que concentró 1.088 millones de euros, un 13,3% del



total. Además, en conjunto, ambos sectores también representan el 55% de todo el impacto indirecto e inducido en empleo derivado de la actividad de Lidl.

Este peso diferencial en ambos sectores se explica por el modelo de compras de Lidl, basado mayoritariamente en proveedores nacionales. En 2024, la compañía colaboró con más de 860 proveedores nacionales y destinó 8.681 millones de euros a compras e inversiones en el país, de los que 7.860 millones correspondieron a producto español, un 5% más que en 2023. *“Para miles de agricultores, ganaderos, cooperativas y empresas alimentarias, Lidl es hoy un socio estable. En un contexto de incertidumbre macroeconómica, ofrecemos una plataforma fiable que garantiza salida comercial, estabilidad y crecimiento”*, ha explicado Llenas.

Ese papel es especialmente visible en la huerta española, donde la compañía mantiene un liderazgo indiscutible como primer comprador de frutas y hortalizas del país. Esta relación no solo tiene un impacto decisivo en la economía local de zonas agrícolas, sino que además proyecta la producción española más allá de nuestras fronteras: el 15% de todas las exportaciones nacionales de frutas y verduras se canalizan a través de Lidl.

Lidl, plataforma estratégica de exportación y embajador de la Marca España en Europa

La capacidad exportadora se refleja también en el conjunto de la industria alimentaria. En 2024, Lidl exportó producto español por valor de 4.067 millones de euros (+4%), el mayor volumen registrado hasta la fecha, lo que permitió generar un superávit comercial de 2.752 millones de euros (+3%) al vender más productos al exterior de los que importa. Esa aportación a la balanza comercial convierte a Lidl en uno de los grandes embajadores de la Marca España en Europa.

En este ámbito destaca la campaña internacional “Sol&Mar”, que lleva productos españoles a aproximadamente 12.600 tiendas de Lidl en Europa. Desde su lanzamiento en 2013, ha generado compras por valor de 800 millones de euros a proveedores nacionales y se ha convertido en una de las iniciativas de promoción gastronómica española más exitosas del sector. Solo en 2025, la compañía ha adquirido 160 productos de 85 proveedores españoles por un importe de unos 90 millones de euros.

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decisiva al desarrollo económico y social del país. En este sentido, la compañía sigue generando valor compartido en todo el territorio a través de la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de empleo estable y de calidad, y la compra de producto nacional –impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores–. Todo ello estando cerca de colectivos vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas y sin renunciar a la sostenibilidad como factor clave en toda su actividad, para ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio a sus clientes.

Acerca de Lidl



Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 14 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 19.700 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 860 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 7.900 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía que forma parte del Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el sector de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en más de treinta países, con una estructura que incluye aproximadamente 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 382.000 personas, guiada por los valores de pertenencia, respeto, humildad, confianza y desempeño.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

