



Lidl lidera las bajadas de precio permanentes

Lidl reduce un 8% el coste de su cesta de la compra bajando el precio de manera permanente en 800 productos en 2026

- *La compañía intensifica sus esfuerzos para facilitar el ahorro de los hogares con alrededor de 800 productos de su surtido cuyo precio se mantiene por debajo del registrado a principios de año*
- *Estas bajadas permanentes alcanzan prácticamente todas las categorías de producto y se suman a las promociones habituales de Lidl, sin reducir los márgenes de sus proveedores*

Barcelona, X de agosto de 2026.- Lidl continúa reforzando su compromiso con el ahorro de las familias mediante bajadas permanentes de precio en productos de su surtido. En lo que va de 2026, la compañía ha reducido un 8% el coste global de su cesta de la compra, según datos de Worldpanel by Numerator, tras las distintas reducciones aplicadas durante los últimos meses.

A día de hoy, 800 productos del surtido de Lidl tienen un precio inferior al que registraban a principios de año. Estas bajadas permanentes alcanzan prácticamente todas las categorías de producto y reflejan el esfuerzo sostenido de la compañía por contener el coste de la cesta de la compra.

Esta rebaja impacta de lleno en la mesa y en la rutina diaria de los hogares, con reducciones que alcanzan prácticamente toda la cesta: desde artículos de higiene, cuidado personal y limpieza hasta productos de despensa y, especialmente, productos frescos como fruta, verdura, carne y pescado. Entre las bajadas permanentes aplicadas durante los últimos meses, algunas superan el 20% como en las varitas de merluza y las lentejas, otras bajadas en productos básicos y de consumo habitual ascienden a más del 15% como en el arroz largo, las judías verdes y la cebolla troceada.

Las bajadas permanentes constituyen, junto con las promociones semanales habituales, las dos principales vías a través de las que Lidl facilita el ahorro en la cesta de la compra. Con esta combinación, la compañía busca que el ahorro no dependa únicamente de ofertas puntuales, sino que forme parte de su propuesta de valor diaria y de su compromiso con una relación calidad-precio atractiva.



Este esfuerzo cobra especial relevancia en un contexto en el que el precio de la alimentación continúa al alza. Según los últimos datos disponibles del INE, los alimentos y bebidas no alcohólicas registraron en julio un incremento interanual del 1,6%. A ello se suma la evolución de algunos productos básicos: un análisis de FACUA publicado en agosto sitúa, por ejemplo, el encarecimiento medio de los huevos en torno al 9% durante el último año. Frente a este escenario, el coste global de la cesta de la compra de Lidl se ha reducido un 8% en 2026, reforzando así la apuesta de la compañía por el liderazgo en precio y por ofrecer la cesta de la compra más barata del mercado.

Eficiencia al servicio del ahorro

El modelo de negocio de Lidl, basado entre otros factores en la compra agregada y en la eficiencia de sus procesos, permite trasladar estas ventajas al precio final. Gracias a ello, el esfuerzo económico asociado a las bajadas es asumido por la propia compañía mediante el ajuste de sus márgenes operativos.

Todo ello refuerza una propuesta comercial orientada a facilitar una compra completa y accesible. La evolución registrada durante los últimos meses coincide, además, con un aumento de la clientela: según Worldpanel by Numerator, en el segundo trimestre de 2026 Lidl sumó 1,5 millones de clientes respecto al trimestre anterior, una evolución que refuerza su posición como supermercado de confianza para realizar la compra semanal completa.

‘Récord del ahorro’

En paralelo, Lidl lanzará durante las próximas semanas “Récord del ahorro”, una campaña con la que pondrá en valor las diferentes oportunidades de ahorro disponibles en sus tiendas.

Más allá de esta iniciativa, la compañía mantiene su apuesta por las bajadas permanentes de precio como parte estructural de su propuesta comercial y de su compromiso con una compra inteligente basada en la calidad y el precio.



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 más de 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 730 tiendas y 14 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 20.000 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 860 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 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

