



**DOSSIER  
DE PRENSA**





# ÍNDICE

**01** NUESTROS ORÍGENES

**02** ALDI, HOY

**03** NUESTROS VALORES

**04** LOS PRECIOS BAJOS  
EN ALDI

**05** CALIDAD ALDI

**06** LA CESTA DE ALDI

**07** NUESTRA MARCA PROPIA

**08** COMUNIDAD ALDI

**09** SOSTENIBILIDAD

**10** CENTROS LOGÍSTICOS  
DE ALDI EN ESPAÑA

# 01. NUESTROS ORÍGENES

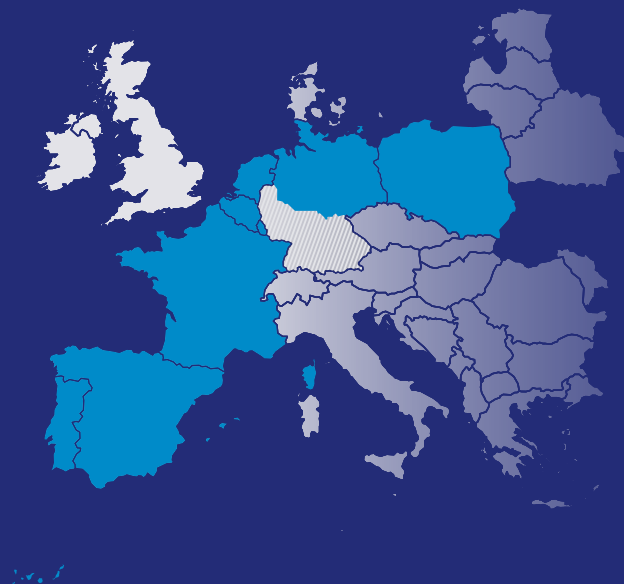
**El descuento nos pertenece.** Somos una de las cadenas de alimentación y supermercados más importantes del mundo. Y creadores del descuento.

Nuestra historia se remonta a 1945, cuando los hermanos Theo y Karl Albrecht decidieron encargarse del pequeño negocio de ultramarinos que su familia regentaba desde 1913 en Essen (Alemania). Desde nuestros inicios detrás de aquel mostrador, siempre nos hemos centrado en lo que consideramos esencial para los clientes: favorecer una compra sencilla de productos de calidad al mejor precio posible.

Los hermanos Albrecht definieron un modelo de negocio que ofrecía **productos de calidad** cubriendo las necesidades básicas de la población con precios bajos. De este modo, supieron adaptarse a las circunstancias y necesidades del consumidor.

El origen del nombre de la cadena de supermercados es el resultado de la suma de las primeras sílabas de Albrecht y Diskont (descuento). Los hermanos Albrecht fueron los precursores del concepto descuento y, en Alemania, ALDI es el referente intergeneracional de supermercados "discount".

Durante todos estos años, ALDI se ha convertido en uno de los principales grupos de distribución alimentaria a nivel mundial y una de las principales cadenas de alimentación de Europa. Desde los años 70, ALDI se gestiona a través dos grandes grupos empresariales: ALDI Nord y ALDI Süd.



En España, ALDI pertenece al grupo **ALDI Nord** que, actualmente, cuenta con más de 5.000 establecimientos en 8 países y **más de 88.000 trabajadores y trabajadoras**



## 02. ALDI, HOY

En España abrimos nuestro primer supermercado en 2002 y actualmente **ya tenemos más de 470 establecimientos y más de 518.000 m<sup>2</sup> de sala de ventas en España**. Nuestra apuesta en España se traduce en la voluntad de satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más consciente, riguroso y exigente adquiriendo con nuestros clientes el compromiso de ofrecer siempre productos de calidad al mejor precio posible.

Uno de nuestros principales activos es la **calidad** que exigimos en nuestros productos y que obtenemos gracias a la relación que establecemos con nuestros proveedores. Ello nos permite contar en nuestros lineales con productos de calidad a **precios bajos** que ofrecemos a través de nuestras **marcas propias**, un surtido que complementamos con marcas de fabricante de primer nivel.

Nos concentramos en lo que es esencial: la sencillez, la comodidad y la funcionalidad de los establecimientos, la elevada autoexigencia a la hora de seleccionar los mejores proveedores y productos, y la formación de nuestros trabajadores y trabajadoras, para que podamos ofrecer siempre la mejor experiencia de compra.

Nuestro principal objetivo es seguir trabajando a diario, para **hacer que la compra sea lo más sencilla posible para todos y en todas partes**, al tiempo que seguimos ampliando nuestra presencia en España de una manera continuada y sostenida.

Actualmente, contamos con **7,7 millones de clientes en España**. En los últimos tres años, hemos sido la cadena de supermercados con el mayor crecimiento en número de clientes cada año. Además, ya contamos con un equipo de **más de 7,500 colaboradores** en el país, reafirmando nuestro compromiso de seguir generando empleo estable y de calidad.



## 03. NUESTROS VALORES

Con sencillez, responsabilidad y fiabilidad **nos hemos convertido en un referente de la distribución alimentaria** y hemos consolidado nuestra posición en el mercado. A través de estos valores, hemos conseguido la confianza de nuestro equipo, de nuestros clientes y de los proveedores.

**Sencillez.** Nos concentramos en lo que realmente es importante para nosotros: ofrecer productos de la mejor calidad, al mejor precio y que supongan una innovación en términos de consumo para nuestros clientes. Nuestra estructura interna es sencilla, el surtido de productos es óptimo y las marcas son fácilmente reconocibles.

**Responsabilidad.** Somos responsables de lo que vendemos. Somos conscientes de nuestra responsabilidad con la sociedad y con el medioambiente. Estamos comprometidos con un modelo de desarrollo sostenible y, por eso, implementamos mejoras continuas en nuestros productos y envases, sistemas de eficiencia energética en nuestras tiendas y fomentamos el desarrollo de las personas. En ALDI consideramos la calidad de nuestros productos como la suma de la seguridad alimentaria, la calidad organoléptica y nutricional, la sostenibilidad social y medioambiental y el componente ético.

**Fiabilidad.** La relación con nuestros equipos, clientes, empresas proveedoras y comunidades donde operamos, **está basada en la confianza y colaboración a largo plazo.** Esta relación honesta y consolidada, nos permite construir juntos y avanzar en nuevos productos y formatos que hagan la compra sencilla a los consumidores.



## 04. LOS PRECIOS BAJOS EN ALDI

ALDI trabaja cada día con un propósito claro: **ayudar a las familias españolas a ahorrar en su compra sin renunciar a la calidad**. Su compromiso con los precios bajos está pensado para generar un ahorro real en el día a día de los hogares.

Como creador del modelo de descuento, ALDI centra su estrategia en la eficiencia. Esto le permite reducir costes y trasladar ese beneficio directamente al cliente. **La marca propia es una pieza clave en este modelo**. Nueve de cada diez productos en ALDI son de marca propia, lo que permite mantener **precios bajos, sobre todo en los productos esenciales** que más influyen en el presupuesto familiar.

Gracias a este modelo, **las familias que hacen su compra habitual en ALDI pueden ahorrar cerca de 1.000 euros al año**. Solo con productos de marca propia, el ahorro puede alcanzar los 682 euros. En productos frescos, donde ALDI ofreció en 2024 precios un 12,5 % más bajos que la media del sector, el ahorro medio fue de 258 euros.

Este nivel de ahorro es posible gracias a la revisión constante de precios. En 2024, ALDI bajó el precio de más de 900 productos. Además...

- **Los fines de semana tenemos más de 70 ofertas** en carne, pescado, fruta, verdura y artículos tanto de marca propia como de fabricante.
- Se lanzan **ofertas semanales como 3x2, tamaños XXL o formatos especiales**
- En las aperturas de nuevas tiendas hay **promociones especiales durante los primeros meses**.
- Se aplican **descuentos del 30 % en productos con fecha de caducidad próxima**, lo que además de ayudar al ahorro de los clientes evita el desperdicio de alimentos.

Con esta forma de trabajar, ALDI se ha convertido en **una opción de confianza para quienes buscan calidad, ahorro y cercanía**. De hecho, las familias españolas ya perciben a ALDI como una de las dos cadenas más baratas de España.



# 05. CALIDAD ALDI

**¿Cómo garantizamos nuestra calidad?** En ALDI tenemos el **compromiso de ofrecer la mayor calidad al mejor precio**. Dedicamos muchos recursos para asegurar que la calidad de nuestros productos cumple con la legislación vigente y con los estándares internos que nos exigimos para ofrecer la mejor opción de consumo y compra a nuestros clientes.

Este compromiso es tan firme que llevamos a cabo un gran número de controles para comprobar constantemente que nuestros productos están dentro de los estándares que exigimos. Por eso, hacemos catas de forma asidua, mantenemos un diálogo abierto y constante con nuestros proveedores y colaboramos con organizaciones independientes que analizan las cualidades de nuestro surtido.

**Cerca de 30.000 catas al año.** Realizamos más de 130 catas diarias con el fin de asegurar la calidad de todos nuestros productos.

**Laboratorios independientes.** Trabajamos con laboratorios independientes de referencia que analizan periódicamente todos nuestros productos, de manera que se garantice de manera rigurosa el nivel de calidad exigido para cada producto.







## 06. LA CESTA DE ALDI

En nuestros supermercados, los clientes de ALDI encuentran un surtido formado por cerca de 2.000 productos, **casi 9 de cada 10 de marca propia, complementado con productos de marca de fabricante de referencia**. Gracias a ello, es posible realizar una compra completa y sencilla en nuestras tiendas. La relación de confianza y largo plazo con nuestros más de 400 proveedores en España nos permite ofrecer productos de calidad al mejor precio. Actualmente, **8 de cada 10 productos nuestro surtido es de origen nacional y, año tras año, trabajamos para fortalecer nuestras relaciones con ellos**.

**8 de cada 10  
productos**

**del surtido es de  
origen nacional.**

**Casi**

**9 de cada 10  
productos de  
marca propia.**







**Productos frescos.** A día de hoy, en ALDI contamos con cerca de 500 productos frescos en nuestros lineales. Alrededor de 200 artículos son de fruta y verdura, que representan cerca del 40% del total de frescos. La fruta, la verdura, la carne, el pescado, la charcutería, el pan fresco y los huevos son de excelente calidad y se compran a proveedores nacionales de nuestra confianza. Gracias a nuestra estrategia de negocio basada en el descuento, el desarrollo de nuestra marca propia y la confianza que establecemos con nuestros proveedores, podemos mantener la frescura a precios bajos, siempre asegurando la mejor calidad y temporalidad de nuestros frescos.

**Productos ecológicos.** Nuestro compromiso por los productos ecológicos es internacionalmente reconocido por su buena relación calidad-precio. Actualmente, contamos con un surtido de más de 330 productos ecológicos que se han convertido en una referencia en el mercado. Todos ellos están certificados con el sello de la agricultura ecológica de la Unión Europea, que garantiza los estándares de producción, elaboración y distribución de la normativa europea para artículos provenientes de la agricultura ecológica. Un certificado que aporta seguridad y tranquilidad al consumidor, y es que 1 de cada 5 de los tiques de compra en ALDI incluyen, como mínimo, un producto ecológico.

**Productos nacionales.** Para cubrir las necesidades y las expectativas de nuestros clientes, **durante los últimos años hemos incrementado en más de un 10% la compra de productos de origen nacional, para ofrecer un 80% de artículos producidos y elaborados por proveedores nacionales.** ALDI vela por el desarrollo de los productores nacionales y establece relaciones a largo plazo con ellos, asegurando siempre el respeto por toda la cadena de valor y un trabajo conjunto.

**Productos internacionales.** En el contexto actual, marcado por la globalización y la hiperconexión de los mercados, ALDI trabaja para acercar a sus clientes todo tipo de productos, sea cual sea su origen. Por ello, en todos nuestros establecimientos hay una selección de **productos internacionales, de máxima calidad y siempre al mejor precio.**





## 07. NUESTRA MARCA PROPIA

**Las marcas propias de ALDI son una referencia en el mercado, por eso 8 de cada 10 representan el total de las ventas (sin frescos) y casi 9 de cada 10 del total del surtido.** Esto también se refleja en las compras de nuestros supermercados: el 97% de los tickets en ALDI incluyen al menos un producto de nuestras marcas propias.

Cubren desde alimentación a productos para el hogar, cosmética, bebidas o detergencia. El origen nacional y la buena relación calidad-precio de nuestros productos de marca propia, son una combinación de éxito entre nuestros clientes. Año tras año, conseguimos afianzar su confianza mediante una mayor oferta y proximidad de nuestros artículos de marca propia, cada vez más presentes en las cestas de la compra de los clientes de ALDI.

Algunas de las marcas que más éxito tienen entre nuestros clientes son; GutBio, de productos ecológicos, La Tabla para quesos y embutidos; Milsani, nuestra marca de lácteos; o Mamia, con productos de puericultura y bebés, entre muchas otras. Como resultado, desde ALDI hemos logrado contribuir en **aproximadamente un 7%** al crecimiento en volumen de la marca propia durante los últimos tres años en España.



## 08. COMUNIDAD ALDI

Desde que llegamos a España en 2002, el crecimiento de la compañía ha sido gradual y continuo. **Actualmente, tenemos más de 470 supermercados y más de 7.500 trabajadores y trabajadoras en toda España.**

Contamos con **7 plataformas logísticas** repartidas por la geografía española para dar servicio a todas nuestras tiendas. Están situadas en Dos Hermanas (Sevilla), Masquefa (Barcelona), Pinto (Madrid), San Isidro (Alicante), Agüimes (Gran Canaria), Sagunto (Valencia) y Miranda de Ebro (Burgos), esta última inaugurada en 2024. Desde estas plataformas, se distribuyen a diario los artículos a todas nuestras tiendas de manera que nuestros clientes puedan encontrar los productos más frescos en todos nuestros supermercados.

España es un país estratégico para el crecimiento de ALDI en Europa. En los últimos 3 años, hemos abierto más de 125 nuevos establecimientos en España, con un ritmo de alrededor de 40 aperturas anuales en 2022, 2023 y 2024, y la previsión es seguir aumentando el número de tiendas para **estar cada día más cerca de nuestros clientes**. De hecho, solo en 2024 inauguramos cerca de 40 nuevos establecimientos por todo el país, con los que sumamos más de 35.500 m<sup>2</sup> nuevos de superficie.



**Nuestros proveedores.** Nos gusta construir relaciones a largo plazo y de confianza, por lo que buscamos empresas proveedoras que cumplan con los estándares de calidad que marca la legislación vigente y con los estándares de calidad internos que nos exigimos en ALDI. En muchos casos, trabajamos de la mano de los proveedores para desarrollar nuestros productos y construir con ellos una colaboración beneficiosa para ambos, siempre velando por el respeto a la cadena de valor.

Para ofrecer buenos productos y garantizar el cumplimiento de los niveles óptimos de exigencia y cuidado, desde ALDI aseguramos que las materias primas sigan un estándar de calidad desde su origen hasta que el producto final llega a nuestras tiendas.

**Nuestros trabajadores y trabajadoras.** Quienes contribuyen de manera más decisiva al éxito de ALDI son todos nuestros trabajadores y trabajadoras: nuestros equipos. Con el esfuerzo de todos nuestros trabajadores y trabajadoras conseguimos ofrecer a diario productos de calidad al mejor precio con una experiencia de compra agradable, sencilla y satisfactoria. Nuestros trabajadores y trabajadoras representan y se identifican con los valores de la compañía y tienen un amplio conocimiento del surtido de productos.

**En ALDI nos importa el bienestar de las personas:** de nuestros clientes, de nuestro equipo y de nuestro entorno. Como compañía en pleno crecimiento, siempre hay oportunidades laborales para diferentes perfiles profesionales y oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional para nuestros equipos. Día tras día nos reafirmamos en los valores de empresa que nos definen –la sencillez, la responsabilidad y la fiabilidad– y que compartimos todas las personas que formamos parte del equipo ALDI.



# 09. SOSTENIBILIDAD

La **sostenibilidad forma parte de nuestro compromiso con los clientes**. Con este compromiso muy presente, promovemos iniciativas destinadas a la preservación de nuestro entorno y que reduzcan el impacto directo sobre los recursos naturales.

Implementamos mejoras sistemáticamente en los envases de marca propia para reducir la huella plástica generada, contribuir al desarrollo de alternativas más sostenibles y establecer una economía circular para los envases.

Gracias al rediseño de los envases de los productos y a la eliminación del plástico desechable, conseguimos ahorrar **más de 1.650 toneladas de plástico virgen desde 2020**.

Implementamos medidas para mejorar la eficiencia de nuestras tiendas, en total son:











# 10. CENTROS LOGÍSTICOS DE ALDI EN ESPAÑA

En 2024 abrimos dos nuevos centros logísticos, uno en Sagunto (Valencia) y otro en Miranda de Ebro (Burgos), con el objetivo de reforzar nuestra capacidad logística en el país.

Estas dos importantes inauguraciones responden a la necesidad de **apoyar el crecimiento de ALDI previsto en las regiones del arco mediterráneo y el norte del país durante los próximos años.**

El centro logístico de Sagunto da servicio a los supermercados ubicados en las provincias de Castellón, Valencia, Teruel, norte de Alicante y Baleares; y el de Miranda de Ebro provee establecimientos de hasta 17 provincias de Castilla y León, Galicia, el País Vasco, Aragón, Asturias, Cantabria, La Rioja y Navarra.

Estos Nuevos centros se sumaron a los que ya tenía ALDI España en Dos Hermanas (Sevilla), Masquefa (Barcelona), Pinto (Madrid), San Isidro (Alicante) y Agüimes (Gran Canaria).





**PARA MÁS  
INFORMACIÓN**

**aldi@llyc.global**





