Lidl España hace balance: 1.000 nuevos empleos y más de 7.000 M€ en compras nacionales

La apuesta de Lidl por España en 2022: unos 1.000 nuevos empleos y más de 7.000 M€ en compras nacionales y expansión para seguir creciendo

En un contexto supeditado aún a la plena recuperación económica de España tras el Covid y marcado especialmente por la guerra de Ucrania, por una elevada inflación y por una escalada generalizada de costes a nivel internacional –materias primas, energía, transporte, etc.–, Lidl **redobló sus esfuerzos para seguir contribuyendo de forma decisiva a generar valor compartido** y a mantener intacto el compromiso adquirido en 1994 con el consumidor español: ofrecer siempre una cesta de la compra con los productos de mayor calidad al mejor precio del mercado.

"*Pese a su reciente moderación, la inflación derivada de la coyuntura económica global y sus*

consecuencias para el bolsillo de los ciudadanos fueron y continúan siendo una de las mayores preocupaciones de la sociedad española. Plenamente conscientes de ello, y como gran empresa del sector de la distribución alimentaria, en Lidl tenemos no solo el deber sino también la responsabilidad de aportar soluciones y responder con hechos ante este reto mayúsculo", comenta el director general de Lidl España, Claus Grande, quien añade que "*hemos centrado todo nuestro empeño en poner como prioridad a las personas con acciones que blindan el poder adquisitivo de nuestros empleados y contribuyen a ahorrar aún más a nuestros clientes, y entendemos que solo así estaremos más cerca de nuestro objetivo de ser la primera opción para todos ellos, ya sea como empresa donde trabajar o cadena de supermercados donde confiar su cesta de la compra*".

A cierre de su último año fiscal –comprendido entre el 01/03/2022 y el 28/02/2023–, tanto el balance como los planes de futuro de Lidl en España son los siguientes:

Motor de creación de empleo estable y de calidad

En 2022, **Lidl continuó afianzándose como motor de creación de empleo en España**. En este sentido, su gran capacidad para dinamizar el mercado laboral se saldó con cerca de 1.000 nuevos puestos de trabajo directos en todo el territorio, lo que ya le permite contar con una plantilla de unas 18.500 personas –incrementándose más de un 40% en apenas cinco años, tras sumar unos 5.500 nuevos empleos en total–.

Con el fin de garantizar la estabilidad laboral de todo su equipo, la compañía firmó el año pasado junto a los representantes legales de los trabajadores su III Convenio Colectivo. Éste, vigente durante el periodo 2022-2025, blinda avances significativos en los ámbitos de la retribución y los derechos sociales de sus empleados, situándose de nuevo como el marco laboral de referencia del sector en España.

Este nuevo convenio contempla, entre otras medidas, un incremento salarial mínimo de un 18% para más de 15.500 trabajadores de Lidl durante cuatro años –pudiendo alcanzar hasta un 19% en función del IPC–. Asimismo, y para mantener en todo momento el poder adquisitivo de su plantilla, la empresa incorporó por primera vez una cláusula de revisión salarial de hasta un 4% adicional una vez vencido este convenio –en función también del IPC–. Teniendo esto en cuenta, solo en 2022 la compañía aumentó un 7% la retribución de sus empleados –lo que supuso más de 23 M€ de incremento de masa salarial–.

Más allá de ello, y en línea aún con la apuesta de Lidl por el empleo estable y de calidad, el 95% de su plantilla en España dispone actualmente de un contrato indefinido. Gracias a hechos como este, la cadena de supermercados ha obtenido el sello Top Employer por sexto año consecutivo –siendo la única del sector distribución alimentaria en lograrlo–.

Compras y exportaciones récord de producto nacional

En 2022, **Lidl siguió apostando por el desarrollo sostenible de la industria agroalimentaria española**, ejerciendo un papel clave como *partner* de referencia y gran plataforma de distribución de sus productos con compras récord por valor de unos 6.700 M€ –un 17% más que en 2021– a más de 900 proveedores, llegando a exportar más de la mitad –por valor de unos 3.500 M€, dato también récord– a una treintena de países. Con ello, la empresa acumula compras de producto nacional por valor de unos 62.000 M€ desde su llegada a España en 1994.

Especialmente destacadas fueron las compras de fruta y verdura de origen nacional por parte de Lidl, cuyo valor marcó un nuevo récord el año pasado tras superar los 2.700 M€ –un 9% más que en 2021–. Esto contribuyó a consolidar a la cadena de supermercados como el cliente número uno de la huerta española y el principal aliado de sus negocios a la hora de internacionalizar y poner también en valor la calidad de todos sus productos –destinando más de un 80% de sus compras de fruta y verdura a exportación–.

Plan de expansión sostenible en todo el territorio

Con el objetivo de estar cada vez más cerca del consumidor español, en 2022 Lidl invirtió más de 350 M€ para continuar desplegando su plan de expansión sostenible en el país. De este modo, la compañía inauguró unas 40 tiendas en toda España e impulsó varios proyectos para ampliar sus infraestructuras logísticas en los próximos años, culminando la construcción de su nueva plataforma logística en Escúzar (Granada) y adquiriendo dos nuevas parcelas en Constantí (Tarragona) y Villadangos del Páramo (León).

Gracias a todo ello, Lidl cuenta en la actualidad con una red de más de 670 tiendas y 12 almacenes en España.

Eficiencia, innovación y sostenibilidad en el negocio

En 2022, Lidl también continuó implementando y desarrollando proyectos orientados a incrementar de forma significativa la eficiencia, la innovación y la sostenibilidad en el negocio. Algunas de las iniciativas más destacadas fueron la cartelería digital –con la que la empresa eliminará de forma progresiva todos los carteles de precio impresos en papel, sustituyéndolos por etiquetas electrónicas tras una inversión de en torno a 50 M€ y un ahorro de 290 toneladas anuales de papel–; la bolsa antidesperdicio –con la que Lidl pone a disposición de sus clientes un *pack* de frutas y verduras que no cumplen con los estándares estéticos pero sí son aptas para su consumo por 3€– o el desarrollo de su *app* Lidl Plus –el primer programa de fidelización 100% digital del sector que a través del móvil ofrece promociones adicionales a las ya existentes en tienda en forma de cupones descuento, ofertas personalizadas o beneficios con terceros, y que ya cuenta con alrededor de cinco millones de usuarios registrados en España–.

Contención de precios y ofertas y promociones para el ahorro

En un contexto de elevada inflación y aumentos generalizados de costes, Lidl trabajó a conciencia con el fin de no trasladar de forma íntegra el encarecimiento asociado a sus operaciones en el precio final de venta de sus artículos y facilitar así al máximo el ahorro de las familias españolas.

Lo hizo a través de una política de contención de precios permanente –manteniendo los precios de sus productos por debajo del IPC alimentario durante el año–, multiplicando ofertas y promociones adicionales –invirtiendo unos 125 M€– y absorbiendo parte de los sobrecostes –un 37% en energía y un 20% en transporte respecto a 2021, entre otros– a costa de sus propios márgenes.

Lidl: tercer operador de distribución alimentaria

Fruto de la progresiva confianza del consumidor español, en 2022 Lidl logró apuntalar su posición como tercer operador del sector distribución alimentaria por cuota de mercado en el país y registró unas ventas netas de 6.079 M€ –un 18% más que en 2021–.

Este incremento en las ventas se explica por la evolución de la inflación pero también por el crecimiento orgánico de su negocio en España, con la apertura de nuevos establecimientos y un aumento tanto del número de clientes como del gasto en las tiendas.

"*En un año complejo marcado por múltiples desafíos que impactan en nuestra operativa, hemos logrado mantener nuestra senda de crecimiento sostenible en España siendo fieles a nuestro compromiso con el cliente español y dando respuesta a sus necesidades poniendo a su disposición un surtido con la mejor relación calidad-precio del mercado*", comenta el director general Corporativo de Lidl España, Ferran Figueras, quien añade que "*en 2023 continuamos centrando nuestros esfuerzos para seguir siendo un referente en contención de precios y creación de valor compartido con la sociedad española aún en condiciones adversas*".

Planes 2023: dique de contención de precios y creación de valor compartido

En 2023, **Lidl continúa dando pasos adelante para garantizar el desarrollo de su negocio a largo plazo en España** y mantiene firmes las prioridades establecidas el año anterior: poner en el centro a sus empleados –incrementando un 5% su retribución y con la perspectiva de crear en torno a 1.000 nuevos empleos– y a sus clientes –ejerciendo de nuevo de dique de contención de precios para facilitar al máximo su ahorro en la cesta de la compra–.

También tiene previsto intensificar su vínculo con la industria agroalimentaria española con más compras y exportaciones de producto nacional y seguir desplegando su plan de expansión sostenible en todo el territorio con una inversión de unos 230 M€ para sumar una veintena de nuevas tiendas y ampliar aún más su red logística. Recientemente, Lidl ha puesto en marcha un almacén en Escúzar (Granada) tras destinar 88 M€ y crear 250 nuevos puestos de trabajo y ha iniciado las obras de su futura plataforma logística en Martorell (Barcelona) –la que está llamada a ser su mayor inversión logística de la historia en España–, entre otros.