

SEPTIEMBRE 2025





INTRODUCCIÓN

La marca propia es ya una opción de compra consolidada en la cesta de la compra de los hogares españoles. Así lo demuestra, año tras año, el Estudio sobre la Marca Propia en España de ALDI. La presente edición del estudio, que coincide con la celebración del Día de la Marca Propia el 19 de septiembre, analiza las preferencias de consumo de este tipo de producto y las razones para escoger los productos de marca propia en el supermercado.

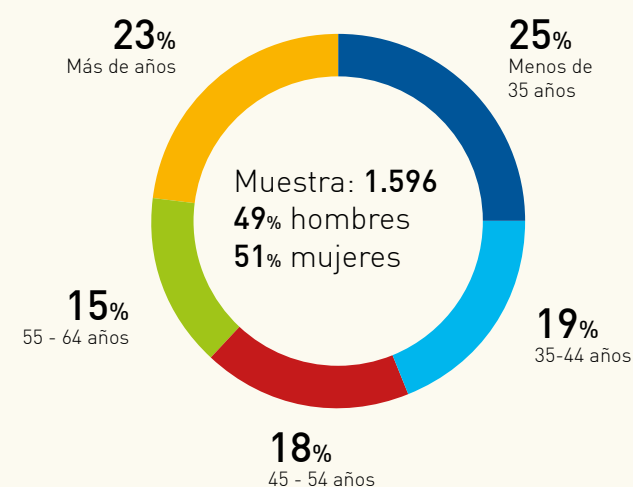
La marca propia es una de las principales palancas del modelo de descuento que impulsa ALDI, como garante del compromiso de la compañía con la calidad y los buenos precios. Por ello, con cada nueva edición, ALDI ofrece una visión actualizada sobre la compra de productos de marca propia en los últimos años y qué motiva a los consumidores españoles a seguir confiando en las marcas propias de supermercado.

En 2025, más de la mitad del volumen de compra de los hogares ya corresponde a productos de marca propia (53%). Las familias compran productos de marca propia de supermercado unas 100 veces al año de media, destinando a estos productos cerca de 24 euros semanales.

Este crecimiento sostenido forma parte de una tendencia a largo plazo, impulsada por la percepción de calidad, confianza y ahorro que ofrecen los productos de marca propia. Gracias a ello, la marca propia se ha convertido en un pilar esencial del consumo en España y ha duplicado su cuota de mercado en los últimos veinte años.

Con su Estudio sobre la Marca Propia en España, ALDI reafirma su compromiso con una propuesta de compra basada en asegurar productos de calidad al mejor precio, con un surtido en el que 9 de cada 10 productos son de marca propia, lo que garantiza a los clientes de ALDI ahorros en su cesta de la compra semanal.

Estudio cuantitativo realizado
en julio de 2025 y elaborado por ALDI





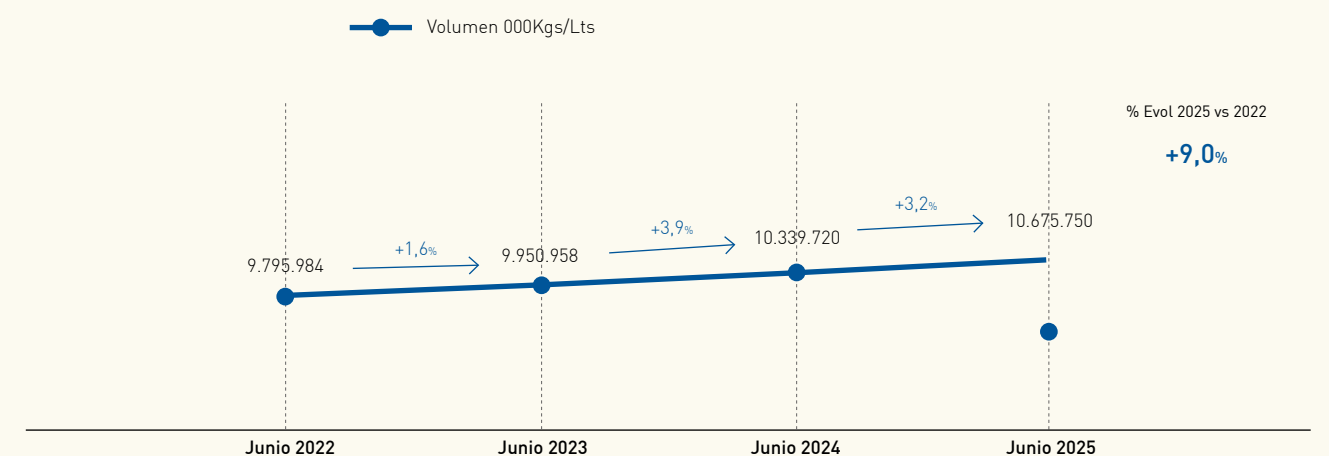
01 LA MARCA PROPIA EN ESPAÑA SIGUE CRECIENDO

La marca propia es una constante en la cesta de los hogares españoles: representa ya **más de la mitad de las compras en volumen** (53%). Las familias adquieren productos de marca propia de supermercado **unas 100 veces de media al año y destinan 1.258 euros a ello**, lo que equivale a unos 24 euros a la semana.

Es decir, los consumidores españoles destinan 4 de cada 10 euros de su presupuesto en alimentación a productos de marca propia (sin contar frescos). O lo equivalente: un 44% de su presupuesto, una cifra que ha crecido sostenidamente en los últimos años. **Desde 2022, el volumen comprado de marca propia ha incrementado en 9 puntos porcentuales convirtiéndose en un elemento esencial del consumo familiar en España.**



Evolución del volumen de compra de marca propia en España



Fuente: Worldpanel by Numerator

Esta tendencia no parece frenar por el momento, ya que un **38% de los españoles y españolas declara que tiene previsto comprar más productos de marca propia en los próximos 12 meses.**

X

ALDI lidera el crecimiento en compradores de marca propia en los últimos 3 años, aumentado un 28%

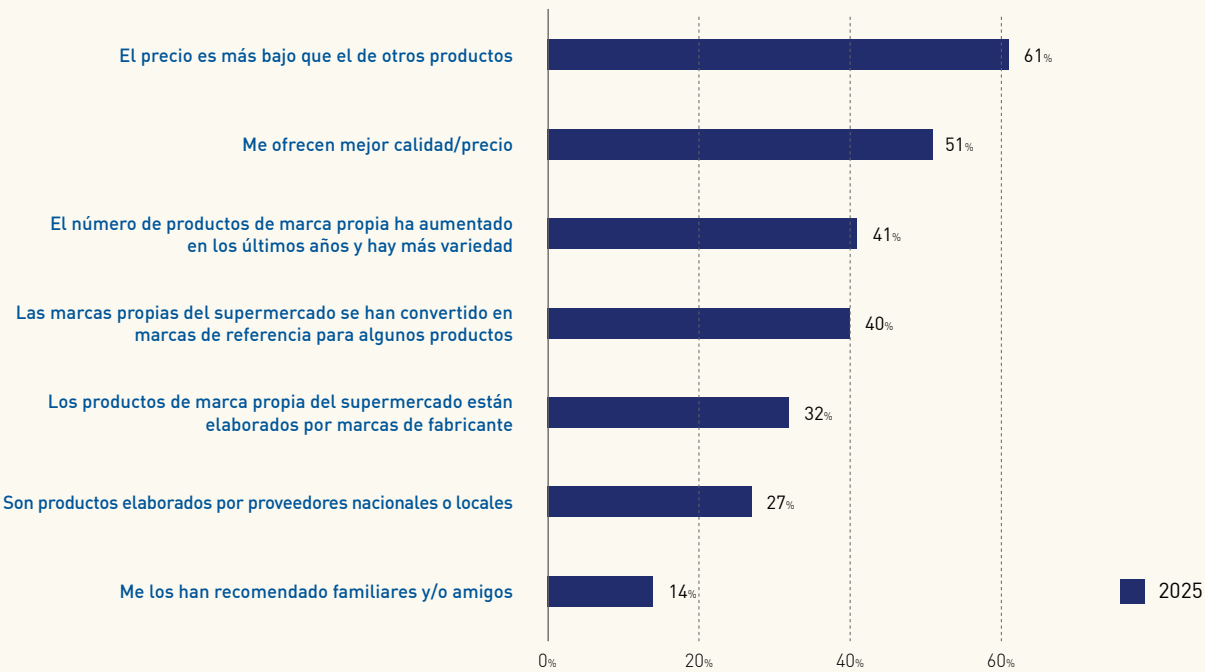
X

9 de cada 10 tickets de la compra en ALDI ya incluyen productos de alguna de sus 40 marcas originales

¿POR QUÉ HA AUMENTADO LA COMPRA DE MARCA PROPIA?

El **precio competitivo** (61%) y una **buena relación calidad-precio** (51%) son los elementos más destacados para pasarse a la marca propia. También influyen aspectos como la amplia variedad de productos disponibles (41%) y el hecho de que algunas marcas propias de supermercado se han consolidado como **referentes en categorías específicas** (40%) y, por tanto, forman parte ya de la cesta de la compra de las familias.

¿Por qué has aumentado el consumo de marca propia en los últimos años?



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025.
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.59% españoles y españolas en julio de 2025.

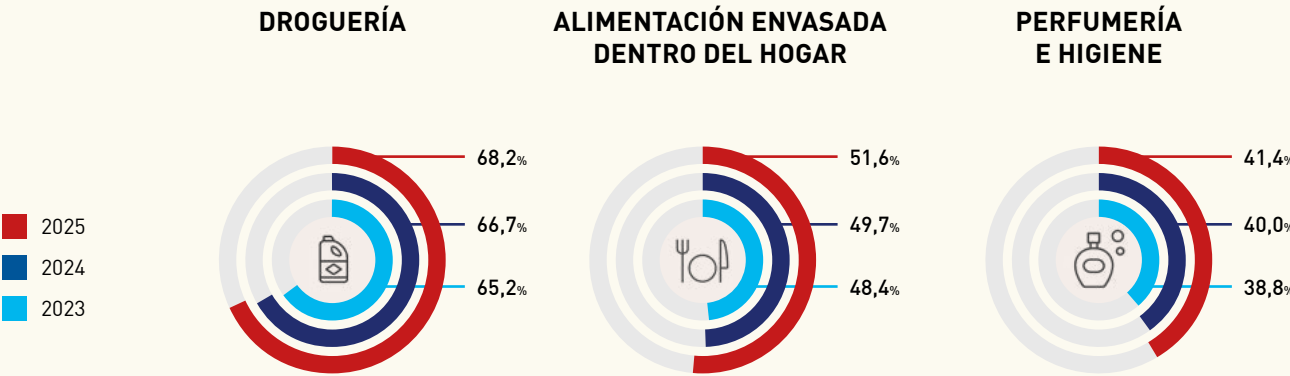




02 ¿CÓMO ES LA CESTA DE LA COMPRA DE **MARCAS PROPIAS**

El interés de los consumidores se traduce en un mayor peso de la marca propia, que **crece en casi todas las categorías y sectores de gran consumo respecto al año pasado**. Aunque su presencia crece de forma generalizada, el **67% de los consumidores afirma elegir marcas propias de supermercado según el tipo de producto** que desean comprar. Así, **1 de cada 5 españoles prioriza la marca propia habitual frente a otras opciones**. Ahora bien, ¿en qué categorías destaca con más fuerza esta tendencia?

Crecimiento de la marca propia por sectores



Fuente: Worldpanel by Numerator

Estas preferencias por tipo de producto se trasladan en el crecimiento que han tenido las distintas categorías de marca propia respecto al año anterior.

Evolución de la presencia de la marca propia en la cesta de la compra por categorías

		Dif. % volumen mdd vsAA
Bebidas	33,3%	+1,4%
Cuidados del Cabello	34,5%	+1,2%
Perfumes y Fragancias	37,9%	+2,3%
Productos para Bebé	38,9%	+0,8%
Pet Food	38,9%	-2,5%
Aseo	40,6%	+1,3%
Platos Cocinados	43,0%	-1,6%
Lavavajillas	47,0%	+1,9%
Cuidado de la Piel	48,2%	+1,2%
Detergentes	51,8%	+2,4%
FMCG*	52,7%	+1,7%
Quesos	55,6%	+2,9%
Cosméticos Decorativos	58,1%	+3,0%
Alimentación Seca	59,1%	+1,4%
Limpiadores del Hogar	61,4%	+2,0%
Leches y Batidos	64,0%	+2,3%
Complemento Trat. Ropa	64,8%	+1,4%
Suavizantes Ropa	65,7%	+0,1%
Congelados	68,0%	+2,2%
Conservas	70,3%	+2,4%
Útiles de Limpieza	72,0%	+0,7%
Complemento Lavavajilla	73,7%	+2,1%
Derivados Lácteos	73,9%	+1,1%
Celulosas del Hogar	76,1%	+1,5%
Desechables del Hogar	76,8%	+0,3%
Lejía	77,9%	+2,2%

Fuente: Worldpanel by Numerator

X ALDI lidera el crecimiento en penetración de marca propia en los últimos 3 años, con un crecimiento de 7 puntos porcentuales

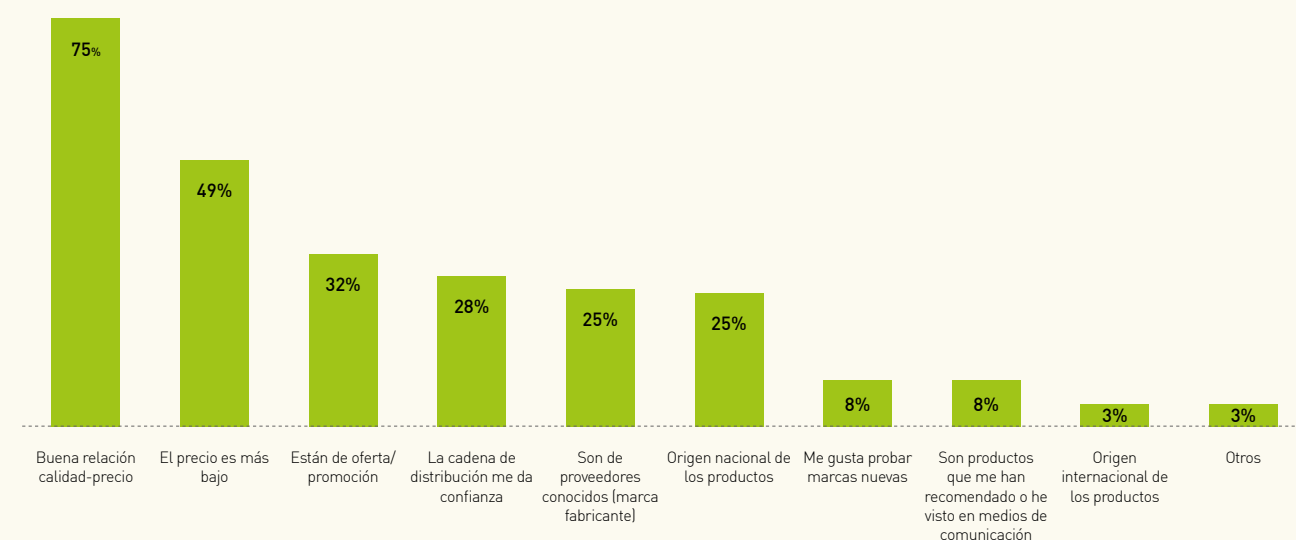


03 CALIDAD Y AHORRO: LAS CLAVES DE LA CONFIANZA EN LA MARCA PROPIA

Las familias españolas compran productos de marca propia sobre todo por su buena relación calidad-precio (75%). También influye su precio más bajo (49%) y si están de oferta o de promoción (32%).

Otros factores que destacan son la confianza en la marca del supermercado (28%), si son de proveedores conocidos (25%) o de origen nacional (25%). Además, la variedad de opciones disponibles anima cada vez a más consumidores a probar marcas nuevas (8%).

¿Por qué compramos productos de marca propia en el supermercado?"

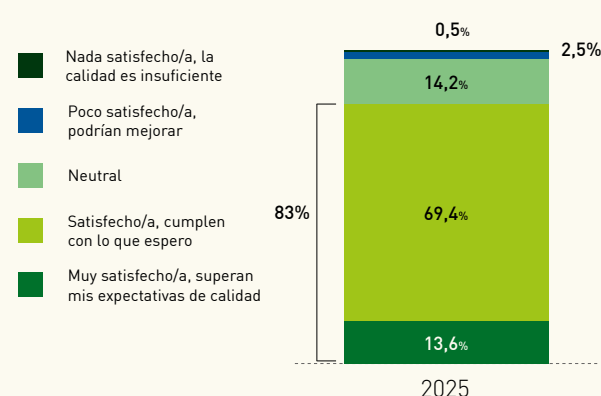


Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

LA MARCA PROPIA TAMBIÉN ES SINÓNIMO DE CALIDAD

La calidad se consolida como uno de los atributos principales asociados a la marca propia. El **83% de los españoles** se declara **satisfecho o muy satisfecho** con la calidad que ofrece este tipo de productos. Además, una percepción generalizada de mejora: **8 de cada 10 encuestados (78%)** considera que la calidad de las marcas propias **ha aumentado en los últimos años**.

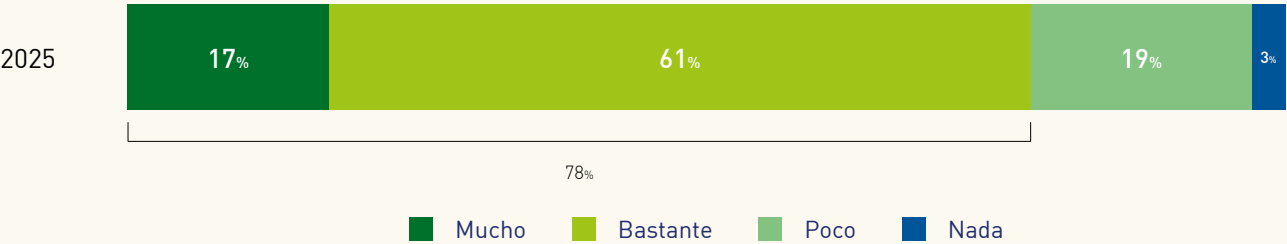
Nivel de satisfacción con la marca propia



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.



¿Crees que la marca propia ha mejorado su calidad en los últimos años?



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025.
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

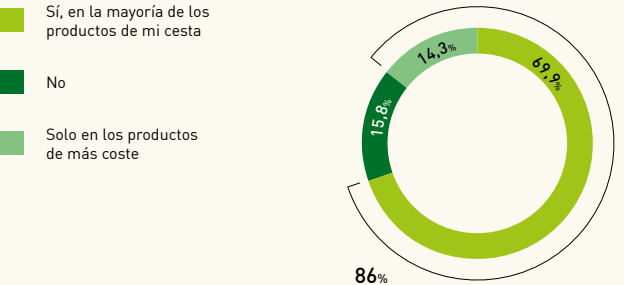
PRECIOS BAJOS: UN FACTOR DECISIVO

La relación calidad-precio sigue siendo lo más valorado por los consumidores, pero el precio también tiene protagonismo cuando hablamos de marcas propias de supermercado. **8 de cada 10 consumidores asegura que compara precios cuando hace su compra habitual.** Sabiendo esto, **las marcas propias destacan por tener un precio medio pagado hasta un 15% más bajo que la media del mercado sin frescos** lo que puede suponer ahorros acumulados muy interesantes para los hogares.

Las ofertas también influyen significativamente en esta toma de decisión, ya que **el 87% de los compradores se fija en ellas al decidir qué productos meter en su cesta.**

El impacto de los precios bajos se refleja también en la elección del supermercado: **3 de cada 10 consumidores asegura haber cambiado de establecimiento** atraído por el precio más bajo de las marcas propias.

¿Comparas precios entre marcas en tu compra?



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

9 de cada 10 españoles se fija en las ofertas de marca propia en el supermercado



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

3 de cada 10 españoles ha cambiado por los precios más bajos de sus marcas propias



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.



Las familias que compran marca propia en ALDI pueden ahorrar más de 680 euros de media al año

Respecto a las razones detrás de este menor coste, un **70% de los consumidores no cree que los precios bajos comporten una rebaja de la calidad del producto**, sino que lo atribuyen en mayor medida a **acuerdos directos de los supermercados con los proveedores** (60% de preferencias) o la **simplificación de los procesos logísticos y de transporte** (33%).

MARCA PROPIA: REFERENTE DE CONFIANZA Y FIDELIDAD

Las marcas propias han logrado ganarse la confianza de los consumidores, alcanzando altos niveles de fidelidad. **Más de 1 de cada 3 españoles (35%) afirma que si una marca propia le gusta, la compra siempre.**

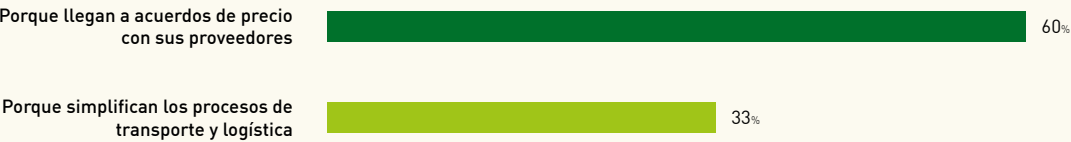
Al elegir sus marcas favoritas, los consumidores valoran principalmente la **relación calidad-precio** (63%) y, en segundo lugar, la **calidad del producto** (40%), aspectos en los que las marcas propias han conseguido posicionarse con fuerza.

¿Crees que el menor precio de los productos de marca propia afecta a su calidad?



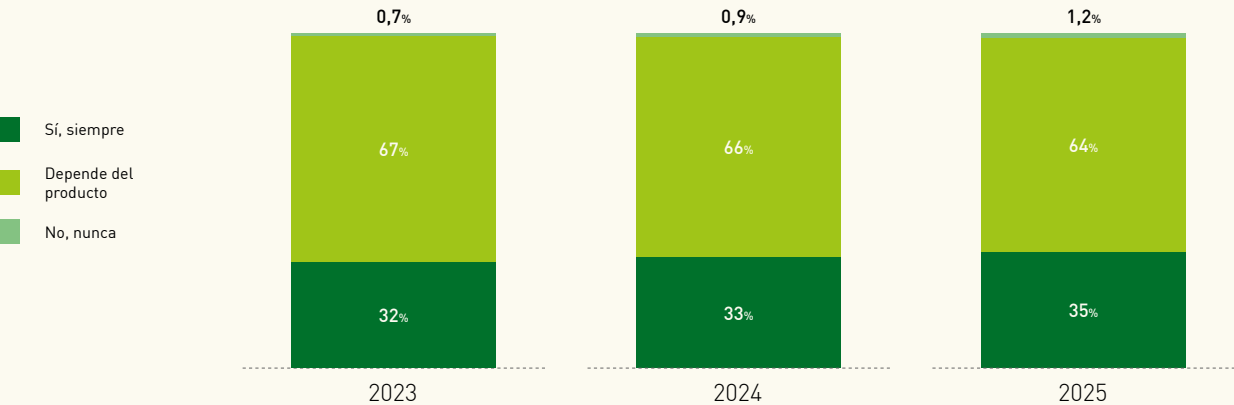
Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025.
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

¿Cómo crees que los supermercados logran ofrecer productos de marca propia más económicos?



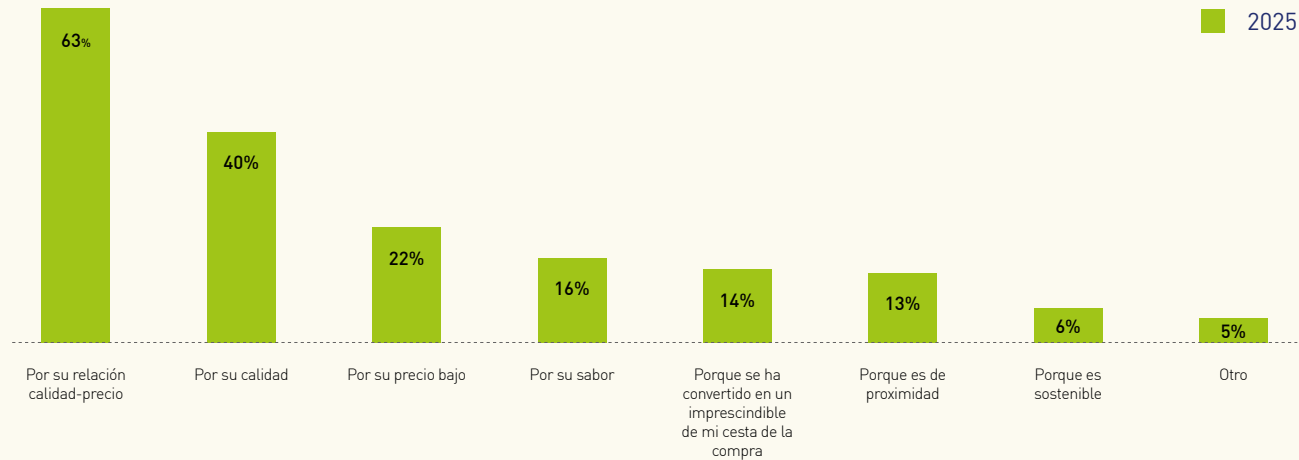
Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025.
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

¿Cuando te gusta una marca, la incluyes en tus compras habituales?



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

¿Por qué la marca propia es tu opción preferida?

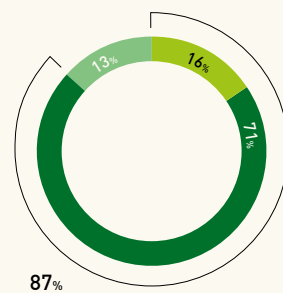


Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

La confianza en las marcas propias también influye en la elección del supermercado: **el 87% de los compradores tiene en cuenta la variedad de marcas propias al decidir dónde hacer la compra.** A mayor variedad y calidad ofrezcan, mayores serán las posibilidades de atraer a los consumidores.

9 de cada 10 españoles se fija en las marcas propias al elegir supermercado

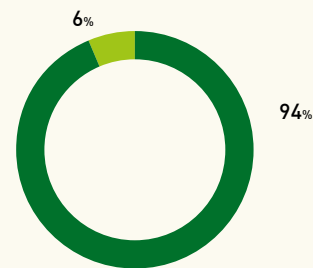
- Es un factor determinante en mi decisión
- Lo tengo en cuenta, pero no es lo único que valoro
- La marca propia no influye en mi decisión de compra



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

9 de cada 10 españoles incluyen habitualmente en su cesta los productos de marca propia que les gustan

- Sí
- No



Fuente: Encuesta de Marca Propia de ALDI 2025. Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario a un panel externo a 1.596 españoles y españolas en julio de 2025.

Esta tendencia se refleja también en productos específicos: **el 94% asegura que, si un producto de marca propia le gusta, lo incluye habitualmente en su cesta.** Además, 8 de cada 10 suele comprar otros productos de la misma marca, e incluso la recomienda a personas de su entorno.

LAS MARCAS FAVORITAS EN ALDI:

milsani

Es la marca de lácteos más conocida entre los clientes de ALDI. Ofrece **leche, yogures, y quesos con los mejores precios del mercado.**

bio

Esta **gama ecológica** cuenta con más de 300 productos que respetan los ciclos naturales de las plantas y animales, evitando el uso de agentes externos nocivos y aditivos artificiales.

TANDIL

Reconocida por su selección de y cuidado **productos de limpieza del hogar**, destaca por ofrecer una excelente relación calidad-precio.





04 LA MARCA PROPIA EN ALDI

La marca propia es **clave en el modelo de descuento de ALDI**, permitiendo ofrecer productos de alta calidad a precios bajos.

9 de cada 10 productos del surtido de sus supermercados son de marca propia. Esto facilita las decisiones de compra de los consumidores, acercando una opción de compra cómoda y sencilla.

+40 marcas original de ALDI: Las familias españolas pueden encontrar en los supermercados ALDI todo lo necesario en alimentos, limpieza e higiene para realizar una compra completa para el hogar.

Las familias que compran marca propia en **ALDI pueden ahorrar más de 680 euros al año**, según cálculos de la compañía en base a datos de Worldpanel by Numerator.

ALDI ha liderado el crecimiento en compradores de marca propia en los últimos 3 años, aumentando un 28% vs 2022.

La compañía también ha seguido creciendo y ha ganado cuota en sus marcas propias en los últimos años: **más del 25% de aumento en cinco años.**

ALDI lidera el crecimiento en penetración de marca propia vs mercado en los últimos 3 años, con un crecimiento de 7 puntos porcentuales.

9 de cada 10 tiques de compra de ALDI ya incluyen algún producto de marca propia.



Ofrece una **gama de chocolates de calidad, con cacao certificado** y una selección cuidada y sabor excepcional.



Los **lácteos** de ALDI, esenciales a precios accesibles para el consumo diario.



Todos los **productos ecológicos** de ALDI cuentan con el sello de agricultura ecológica de la Unión Europea.



Los **productos de limpieza y hogar** de ALDI, pensados para ofrecer eficacia, practicidad y precios bajos en el día a día.



La gama de **productos gourmet, con propuestas premium, de fácil elaboración** y con los mejores precios para sorprender con nuevas recetas.

