

Historia

Es el líder europeo en grandes almacenes y el escaparate principal de marcas nacionales e internacionales en todas las categorías de productos. El Corte Inglés ofrece una extensa variedad de productos y servicios, desde moda y decoración hasta tecnología de vanguardia y gastronomía.

Sede social

Calle Hermosilla 112, 28009 - Madrid (España)

Mercado

Implantación en el mercado español y presencia en Portugal

Estrategia de diferenciación: Alimentación diferencial - premium

El Corte Inglés lleva apostando desde hace años por la alimentación a través del tridente de negocios que componen esta categoría: supermercados, restauración y zonas gourmet (donde ofrece tanto la opción de comprar como de consumir sus productos). Está adoptando una visión más 'premium' para sus supermercados, buscando atraer a consumidores que priorizan calidad y exclusividad.



Precio y promoción

Estrategia de precios "High-Low", precios de mercado complementados con ofertas.



Surtido

Amplitud de surtido con clara apuesta por la marca fabricante y productos premium. Su oferta abarca un millón y medio de referencias, destacándose por incluir productos multiculturales, locales, con denominación de origen, sostenibles y ecológicos.



Frescos

Los productos frescos se sitúan en un espacio preferente dentro de los establecimientos, con una puesta por la amplitud de surtido, la calidad de producto, los mostradores, la proximidad y proveedores especialistas.

Facturación 2025

3.064

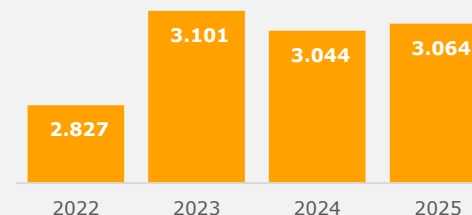
Millones de euros

División alimentación & hostelería

+0,7%

Vs. 2024

Evolución facturación M€ 2022 - 2025



Cuotas de mercado

0,9%

Fuente: Algori TAM May-26

3,1%

Cuota superficie comercial

Enseñas y negocios

1.005

Tiendas

Tienda que visitar

- 58** Supermercados ECI
- 34** Salas Hipercor
- 50** Supercor
- 77** Supercor Exprés
- 10** Sanchez Romero
- 2** Opencor
- 670** Supercor Stop & Go
- 104** Supercor Stop & Go Mini

Carrer Buenos Aires, 35-45, 08036 Barcelona
C. de Preciados, 3, Centro, 28013 Madrid

Hoja de ruta 2026

- Continúa fortaleciendo su estructura financiera, reduciendo la deuda neta en 148 millones.
- Transformación de su red con renovación de supermercados y mayor presencia de formatos de calle.
- Refuerza su posicionamiento premium mediante espacios como Club del Gourmet y la mejora de sus tiendas, con especial foco en experiencia de compra y productos de valor añadido.
- Destinó 567 millones de euros en inversiones en retail, logística y tecnología, con más de 16,3 millones de clientes registrados online y más de 1.000 millones de visitas a sus webs y apps.
- Avanza hacia un modelo más eficiente, combinando grandes almacenes, proximidad, formatos premium y crecimiento omnicanal.