REGIÓ MUNDIAL DE LA GASTRONOMIA
CATALUNYA 2025

FEDERACIÓ AVÍCOLA CATALANA

Generalitat de Catalunya

8 DE CADA 10 PERSONAS APUESTAN POR EL CONSUMO DE HUEVOS DE PROXIMIDAD

- El 81% de los ciudadanos prefieren huevos de proximidad por su frescura, calidad y apoyo a la economía local
- A la hora de identificar el origen del huevo, el 84% reconoce que no sabría identificar la procedencia mirando el código de la cáscara
- Son los resultados de un reciente estudio de la Federación Avícola Catalana en el marco del Día Mundial del Huevo

La preferencia por el consumo de huevos de proximidad se consolida entre los consumidores. Un contundente 81% de los ciudadanos (8 de cada 10 personas) elige huevos producidos cerca de su lugar de residencia, basando su elección en tres motivos clave: la frescura, el apoyo a la economía local y la sostenibilidad. Sin embargo, el 84% reconoce que no sabría identificar la procedencia mirando el código de la cáscara.

Son los datos que se desprenden del reciente estudio sobre el consumo de huevos en Cataluña (*), que la Federació Avícola Catalana (FAC) ha impulsado para conocer la percepción de los consumidores sobre la procedencia de este alimento, sus valores y el papel que desempeña en su dieta.

Frescura, calidad y sostenibilidad, factores clave de compra

Los datos recogidos indican que es particularmente relevante la importancia de la frescura, ya que está directamente relacionada con la proximidad: un huevo de una granja cercana garantiza una menor distancia y, por lo tanto, menos tiempo desde la puesta, lo cual contribuye a preservar el valor nutritivo, a mantener las características organolépticas y aumenta la durabilidad.

Según los encuestados, elegir huevos de proximidad también significa apoyar la economía local, ya que fomenta la creación de empleo en el sector primario y asegura que los beneficios se reinviertan en la comunidad. Además, actúa como elemento de equilibrio territorial, favoreciendo la continuidad de las actividades económicas tradicionales y promoviendo el mantenimiento de la tradición alimentaria. De esta manera, se fomenta un consumo más sostenible y beneficioso para el medio ambiente.

El estudio también señala que el 68% de las personas encuestadas cree saber que los huevos que consume son de origen local, a pesar de que un 28% afirma

desconocer su procedencia real. La mayor parte (el 81%) recuerda haber visto un código en la cáscara del huevo que aporta información, pero el 25% de los consumidores confiesa que no sabe qué significa y un 79% cree que es difícil de interpretar.

"*El código impreso en la cáscara es una herramienta fundamental para el consumidor. Aporta una información clave y transparente sobre el producto que está comprando más allá de la que pueda figurar en la caja o en la publicidad. Sabemos que para el 81% de los consumidores la proximidad es un factor importante y, por lo tanto, es nuestra responsabilidad facilitarles los conocimientos para que puedan elegir conscientemente. Esta iniciativa busca, precisamente, conectar lo que el consumidor valora con lo que realmente sabe*", afirma Joan Anton Rafecas, presidente de la FAC.

Crece la tendencia a comer más huevos y a hacerlo también en el desayuno

Según indica el estudio de la FAC, el consumo de huevos está generalizado entre la población, ya que alcanza a casi la totalidad de los encuestados. En cuanto a la frecuencia, el 60% consume huevos entre 2 y 3 veces por semana; el 23% come una vez por semana y un 9% lo hace a diario. Las mujeres y las personas mayores consumen con más frecuencia que los hombres más jóvenes.

Aun así, los encuestados son conscientes de que el consumo de huevos es saludable y consideran que podrían tomar más. De hecho, el 30% de los encuestados opina que la cantidad ideal de consumo semanal debería ser de entre 4 y 5 huevos.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el consumo medio en los hogares españoles es de 143 huevos al año, siendo Cantabria la comunidad que más consume, llegando a 193 huevos por persona y año.

Estos datos reflejan que el huevo se consolida como elemento clave en la alimentación de los ciudadanos, pero que su consumo aún tiene margen de crecimiento.

La mayoría de los encuestados, el 64%, consume huevos para cenar, una opción que supera a la de la comida (50%). No obstante, se puede observar una nueva tendencia: más de la mitad de los jóvenes y menores de 44 años ya han incorporado el huevo al desayuno, rompiendo con los patrones de consumo más tradicionales (lo hace el 54% de los encuestados de este rango de edad).

La compra, principalmente en el supermercado

Aunque el supermercado es el canal principal, utilizado por casi tres cuartas partes de los ciudadanos (72%), los datos muestran que los consumidores diversifican los

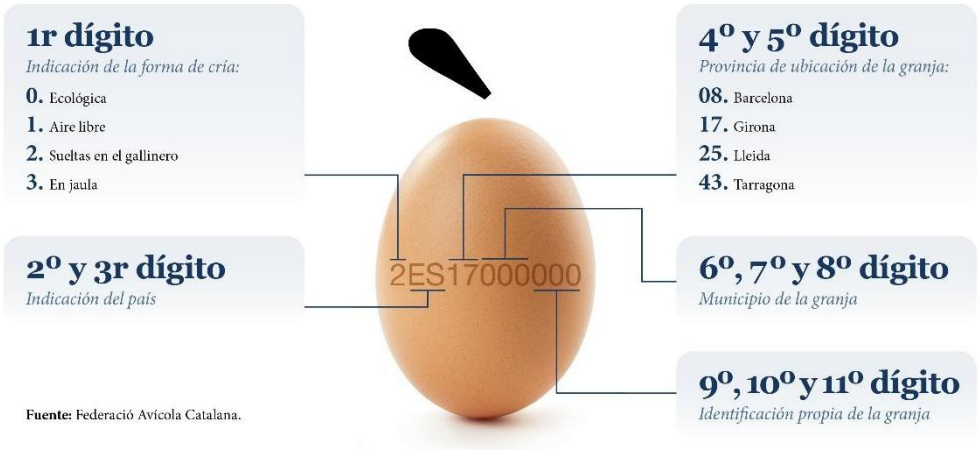
puntos de compra. Un 31% de los encuestados también compra huevos en la tienda de barrio, un canal que coexiste con la conveniencia del supermercado.

Además, las preferencias de compra varían según el perfil del consumidor. Las personas mayores y los hombres muestran una tendencia a comprar más a menudo en mercados municipales.

Los criterios más valorados por el comprador son el tamaño (25%), que el huevo sea fresco (16%) y el precio (16%).

¿Qué significa el código?

El código del huevo es la serie de números y letras que llevan impresos en la cáscara. Este código hace posible la trazabilidad del huevo, ya que permite conocer la granja de donde proviene. Los dígitos que componen el código ofrecen diferentes datos sobre el origen del huevo y nos permiten conocer desde el sistema de cría de la gallina ponedora hasta su procedencia.



El huevo fue pionero en la trazabilidad alimentaria al convertirse en uno de los primeros alimentos en incorporar en su cáscara un código obligatorio impreso.

El estudio de la FAC

La FAC ha impulsado un exhaustivo estudio en el marco del Día Mundial del Huevo, que se celebra el viernes 10 de octubre. Recogiendo la opinión de 1.000 ciudadanos, este estudio tiene por objetivo ofrecer datos que permitan cerrar la brecha entre aquello que el consumidor valora (proximidad y calidad) y lo que realmente sabe sobre la procedencia de los huevos, con la finalidad añadida de poner en valor un producto local que es saludable y altamente rico en nutrientes.

La iniciativa tiene una especial significación este año, ya que Cataluña ostenta la distinción de Región Mundial de la Gastronomía, un reconocimiento otorgado por el IGCAT (International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism). Este título tiene como finalidad promover aquellas regiones que contribuyen activamente a la mejora de la calidad de vida de las personas poniendo en valor las diferentes culturas alimentarias, la educación para la salud y la sostenibilidad, y la innovación gastronómica.

El sector avícola

Con 4,27 millones de gallinas ponedoras y más de 104 millones de docenas producidas al año, Cataluña representa un polo clave en la producción nacional de huevos. Su aportación se integra en el conjunto de los 1.169 millones de docenas que posicionan a España como el tercer productor de la Unión Europea.

Esta realidad confirma la relevancia estratégica de la producción catalana dentro del sector avícola español y subraya la oportunidad de reforzar la comunicación sobre el origen y la trazabilidad para acercarse aún más a las demandas de los consumidores.

Sobre la FAC

La Federació Avícola Catalana (FAC) se ha consolidado como un actor fundamental del sector, con más de cuatro décadas de trayectoria y aglutinando a más de 300 empresas productoras de huevos y de carne. Su labor no solo consiste en representar los intereses del sector a nivel institucional, sino que también impulsa su competitividad y su adaptación a los retos del mercado, además de promocionar de manera activa el consumo de productos avícolas catalanes.

(*) Estudio propio sobre el consumo del huevo en Cataluña promovido por la FAC en 2025 y llevado a cabo por una consultora especializada en estudios de mercado que ha realizado 1.000 encuestas. El estudio ha utilizado la herramienta de Netquest, que pone a disposición un amplio panel de perfiles online genuinos y garantiza la calidad de la muestra.