



III Observatorio del consumo del huevo

Mercado, Consumo e Imagen
en 2022 y 1er semestre 2023

Objetivos y metodología

Marco del estudio

INPROVO, dentro de su función de impulsar el consumo de huevos y mejorar la imagen de este alimento, apoyada por LANTERN, consultora de estrategia e innovación en Alimentación y Bebidas, publica por 3er año el OBSERVATORIO DEL CONSUMO DEL HUEVO, dentro de su Plan Estratégico con el que promover el consumo del huevo y su imagen.

En esta 3ª edición nos hemos centrado en especial en profundizar en el consumo y la imagen del huevo en el periodo 2022, incluyendo datos de mercado de 1er semestre de 2023, un momento convulso para la cesta de la compra de los españoles, con fuertes cambios en la misma.

Hoy compartiremos el análisis de esos datos.

Metodología

Análisis cuantitativo, procedente de diversas fuentes:

Consumo en el Hogar

Panel de consumidores de Kantar WorldPanel | Dic 2022 y Junio 2023

- *Para el análisis del mercado y la compra de los hogares*

Estudio de Consumo e Imagen del huevo 2023 de GfK | Abril 2023

- *Estudio cuantitativo de actitudes ante la categoría y el sector*

Panel del Ministerio de Alimentación de MAPA | 2022

- *Consumo nacional, y desgloses por regiones y canales*

Panel USAGE de consumidores de Kantar | Dic 2022

- *Hábitos del consumo del huevo en el hogar*

Consumo "Out of Home" / Horeca

Panel continuo de consumo fuera del hogar de Kantar | 2022

- *Para el análisis consumo del huevo en la restauración*

Agenda

El mercado



La compra



El consumo



El huevo: fuente de proteína



El huevo en la hostelería



Imagen del huevo

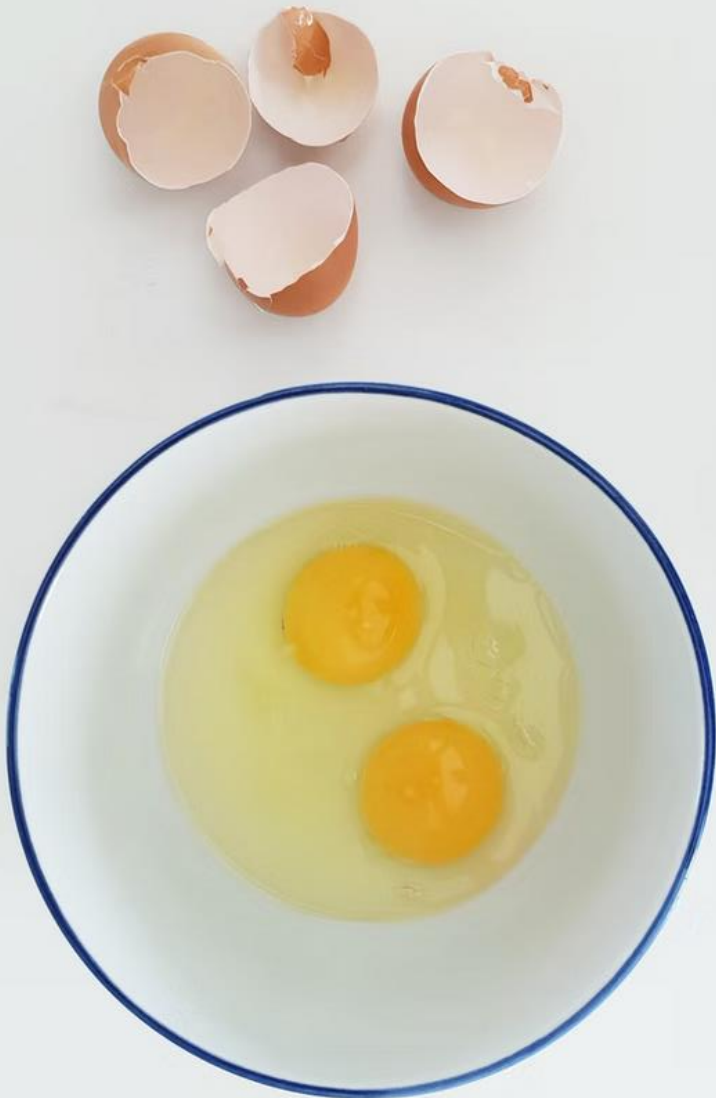


El Mercado del huevo

en 2022 y H1 2023

1.

Un mercado en gran crecimiento

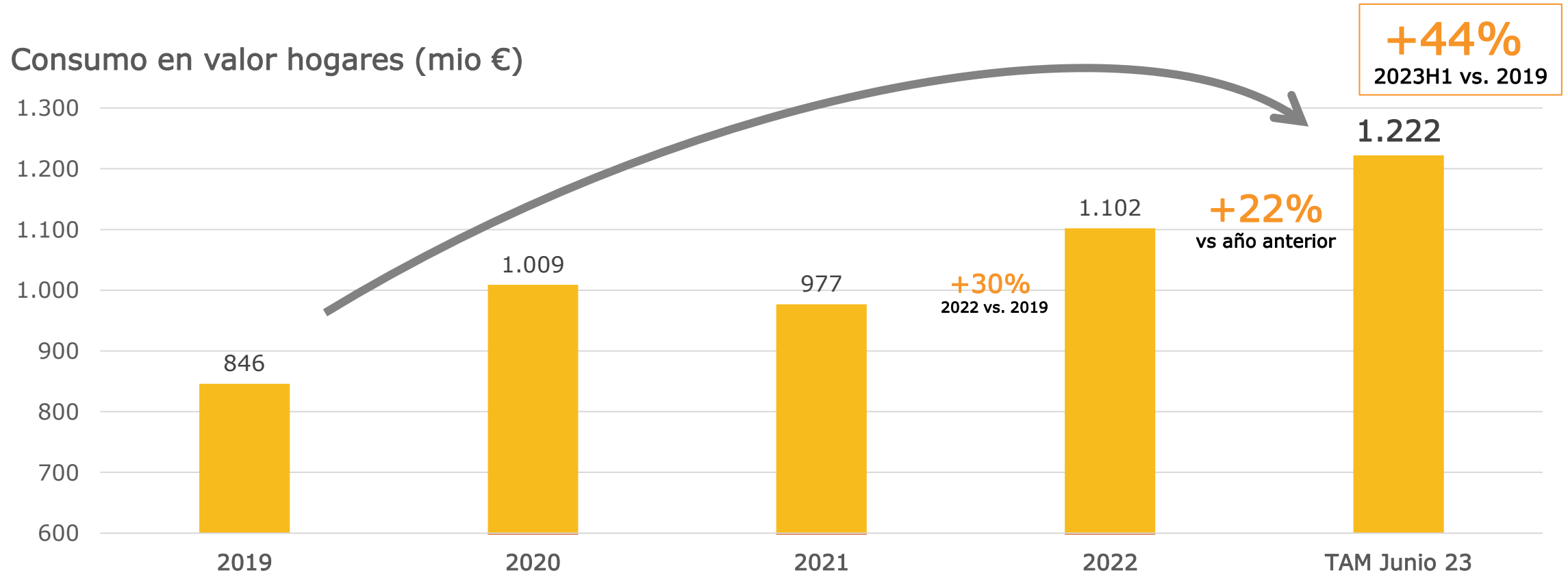


El consumo del huevo en los hogares muestra una tendencia de sólido crecimiento, tras el efecto “pandemia” y a pesar de la alta inflación

A pesar de la volatilidad de este periodo, el mercado ha crecido en **+376 Millones de €** de valor desde 2019.

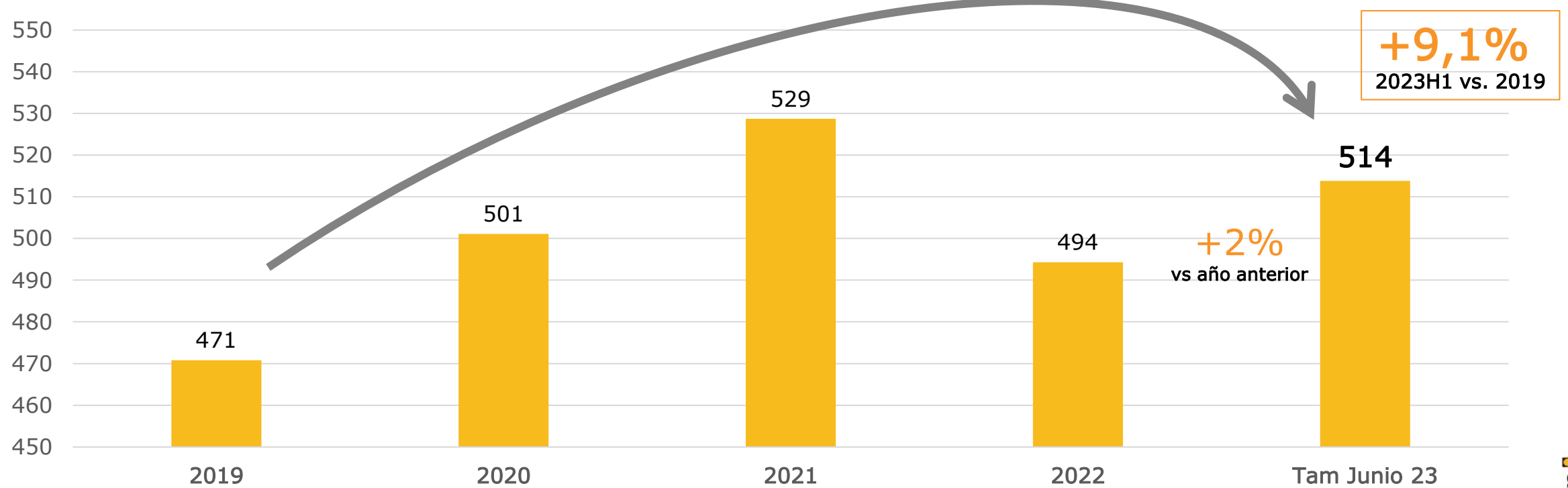
El mercado de huevos supera ya los 1.200 mio. de euros, impulsado fundamentalmente por el incremento de precios

En 3,5 años el valor ha crecido en **+376 mio €**



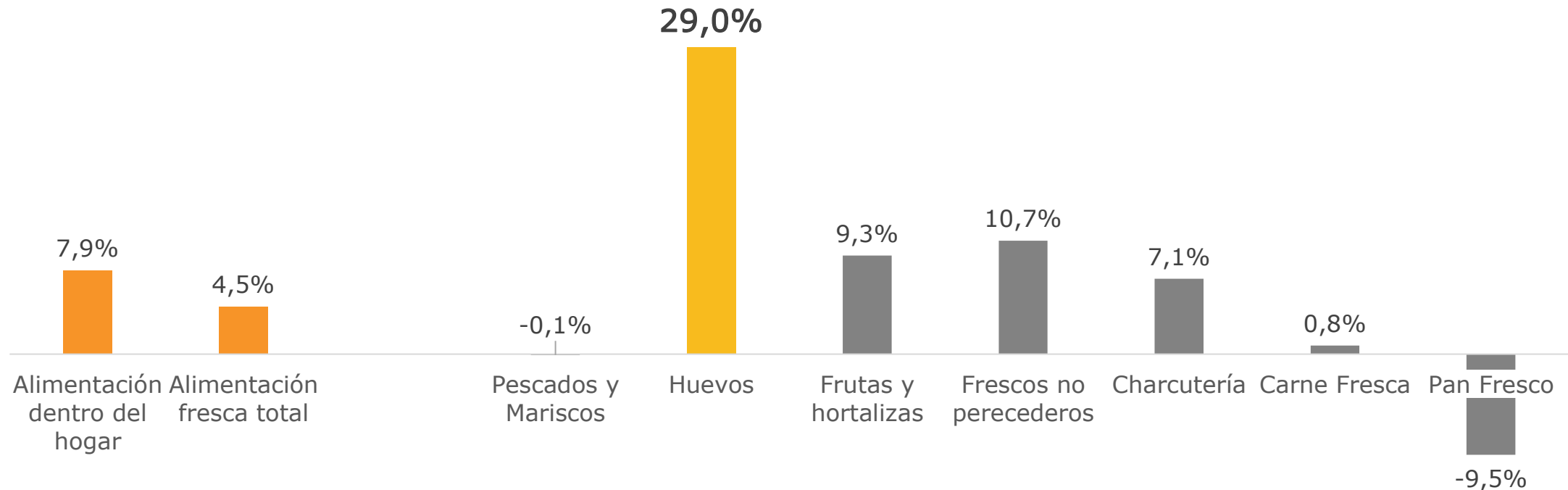
El aumento en volumen en los hogares tras los vaivenes de consumo por la pandemia es sólido: **+9,1% en 3,5 años, a pesar de un incremento de precios tan elevado**

Consumo en volumen hogares (mio toneladas)



El huevo crece en 3 años muy por encima de la alimentación en general y de las principales categorías de su entorno

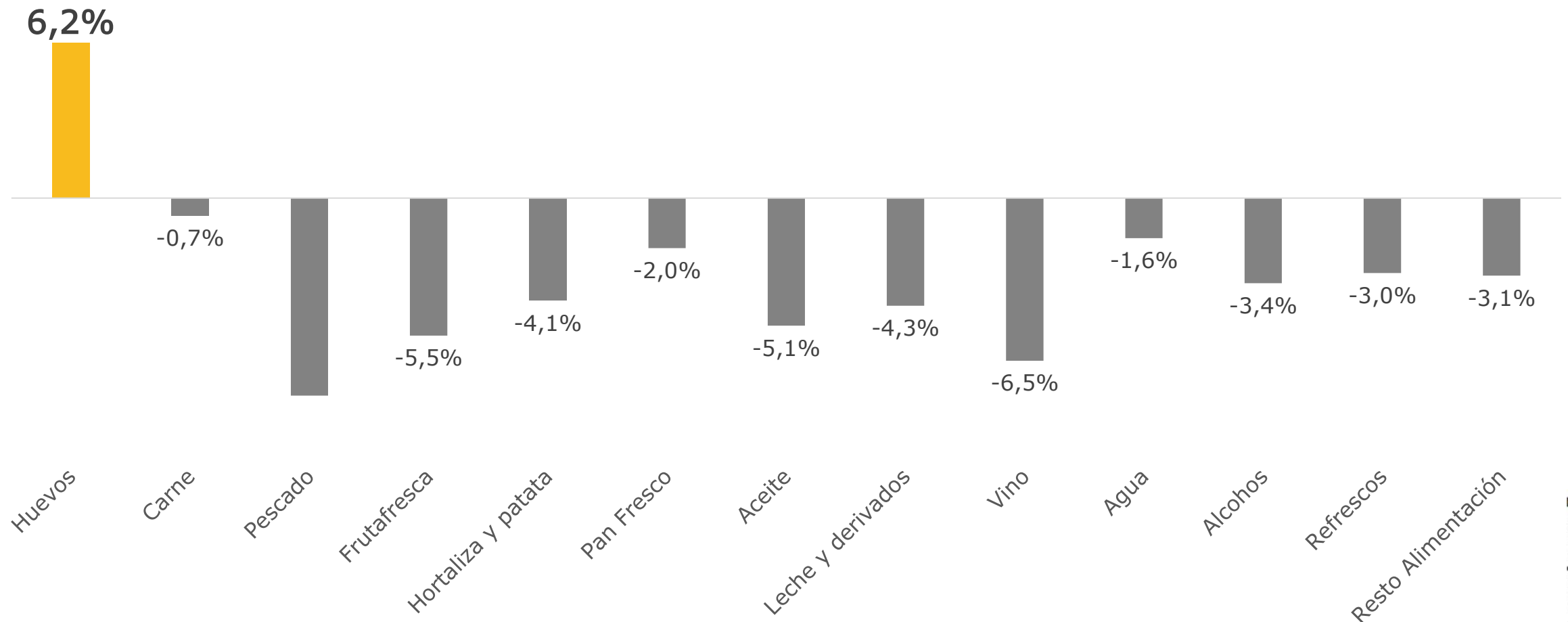
Evolución del consumo en valor 2022 vs 2019



Y sigue creciendo: es la única gran categoría que crece actualmente en volumen

Evolución del consumo en **volumen** TAM AGOSTO 2023

Vs año anterior

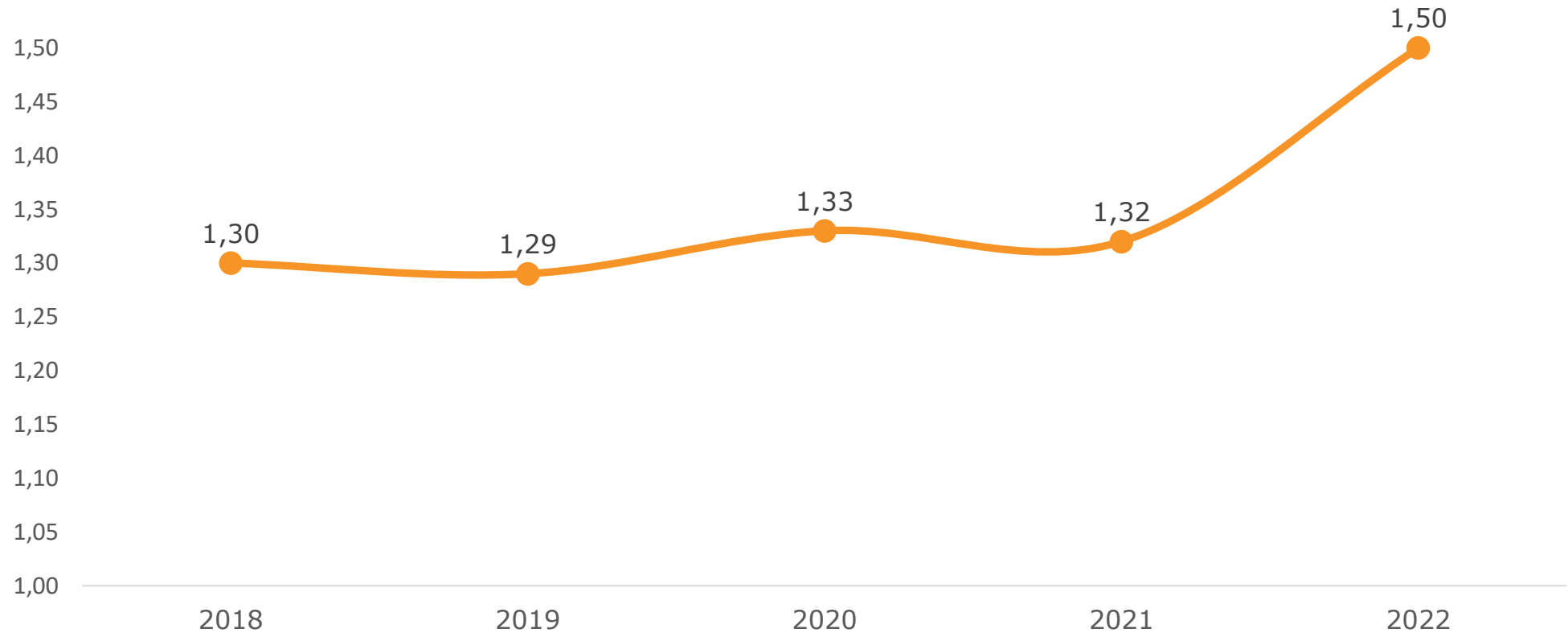


2.

Clave en la alimentación española

El peso del huevo en la cesta de la compra ha llegado al 1,5%

% gasto huevos sobre gasto total alimentación y bebidas en hogar





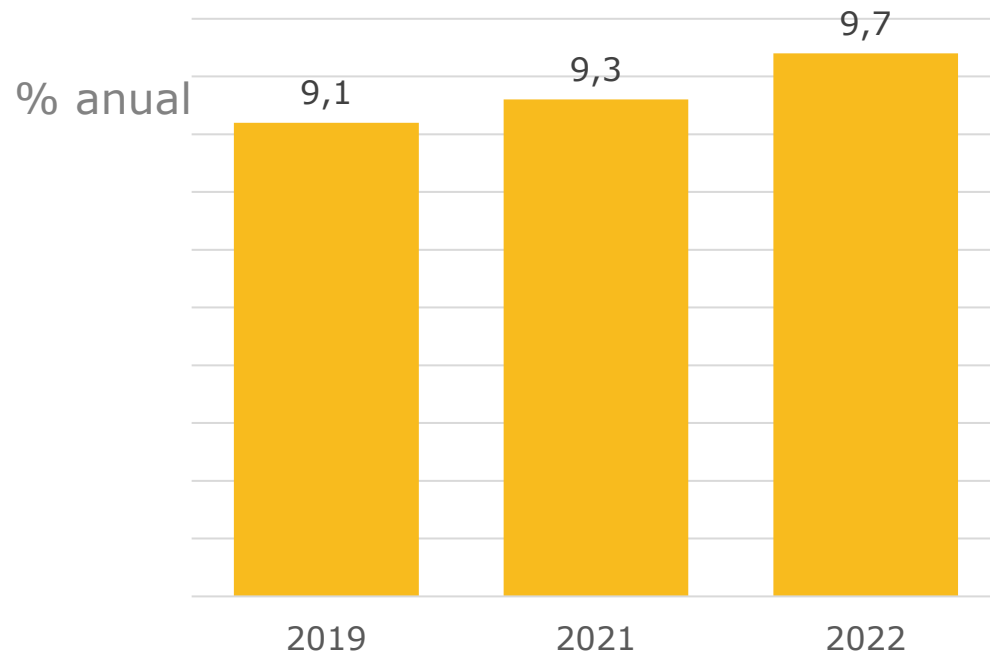
Cada semana en España se consumen más de **98 millones** de platos con huevo.

14 millones al día y nada menos que **5.114 millones** al año

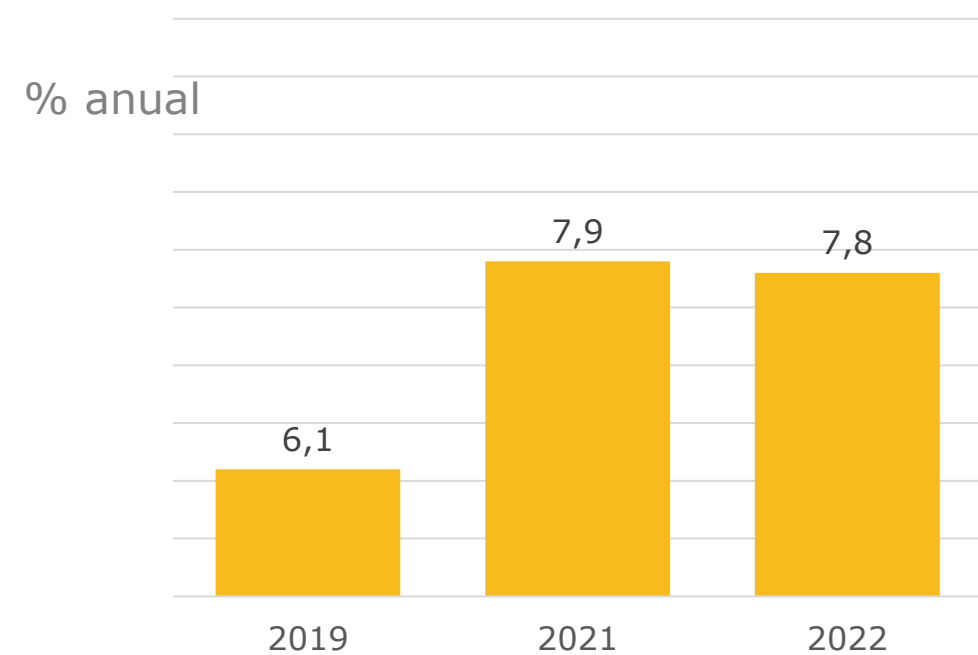
Hogar + Fuera del Hogar

El huevo ha ganado protagonismo estos años en los platos de nuestro país, tanto en los hogares como fuera de ellos

Peso ocasiones | Hogar



Peso ocasiones | Fuera del Hogar



La compra

1.

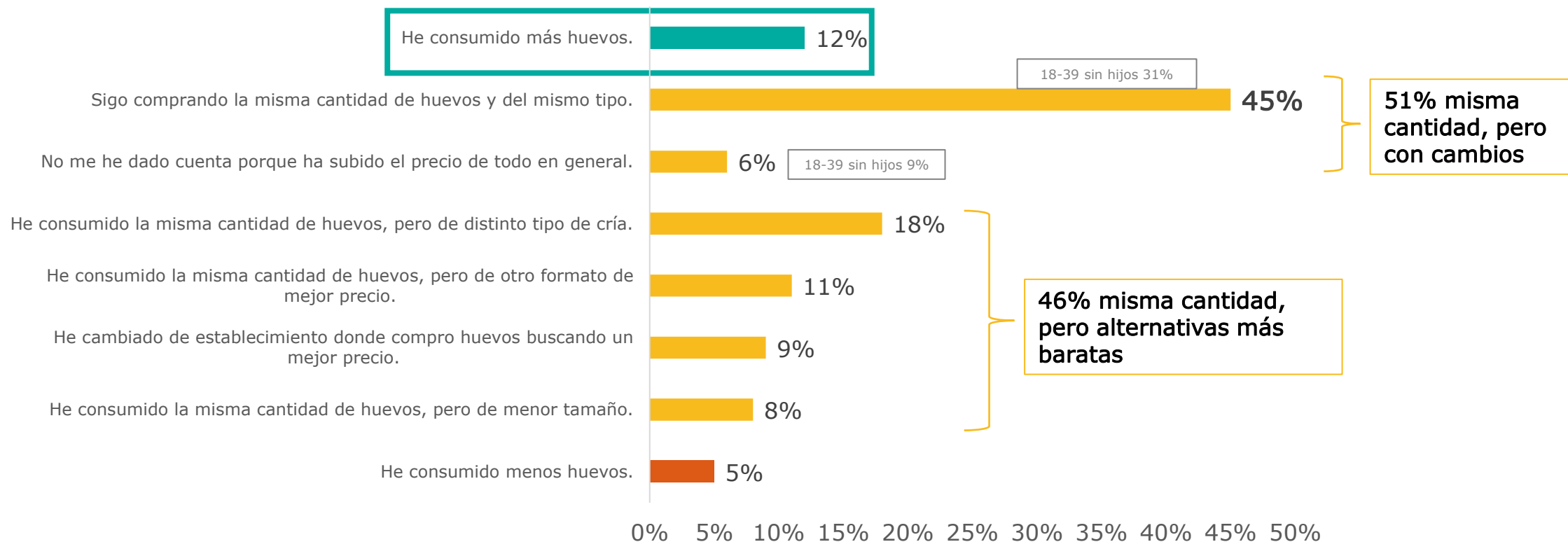
¿Cómo ha cambiado la compra con la inflación?

La crisis inflacionaria ha conllevado un "down trading" dentro de la propia categoría: 1 de cada 3 ha buscado alternativas más económicas

Externamente: producto de consumo económico, versátil vs otros productos

Internamente: cambio de consumo entre categorías, y de tamaños

Debido a la subida de precios en el último año...



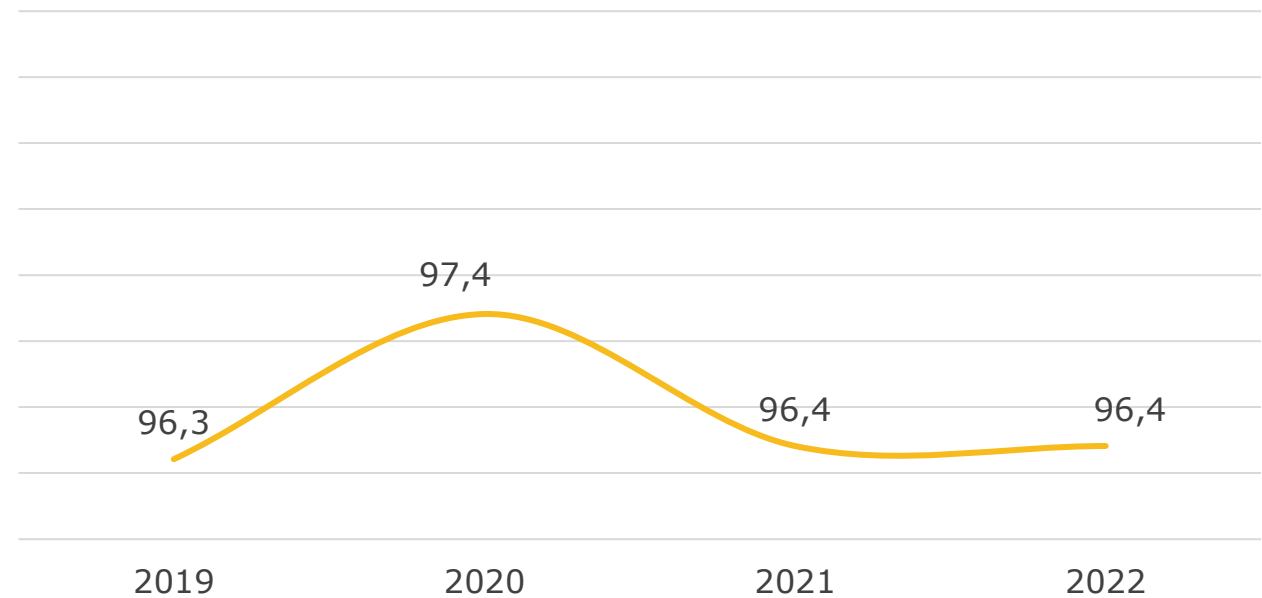
Tras el efecto Covid de 2020, la penetración de consumo vuelve a tasas similares

La penetración ha ganado ligeramente:

+115.000 hogares



% Penetración (Total Huevos Frescos)



Fuente: Kantar WorldPanel, TAM Junio 2023 vs 2019

2.

¿Cuántos huevos compramos y cómo?

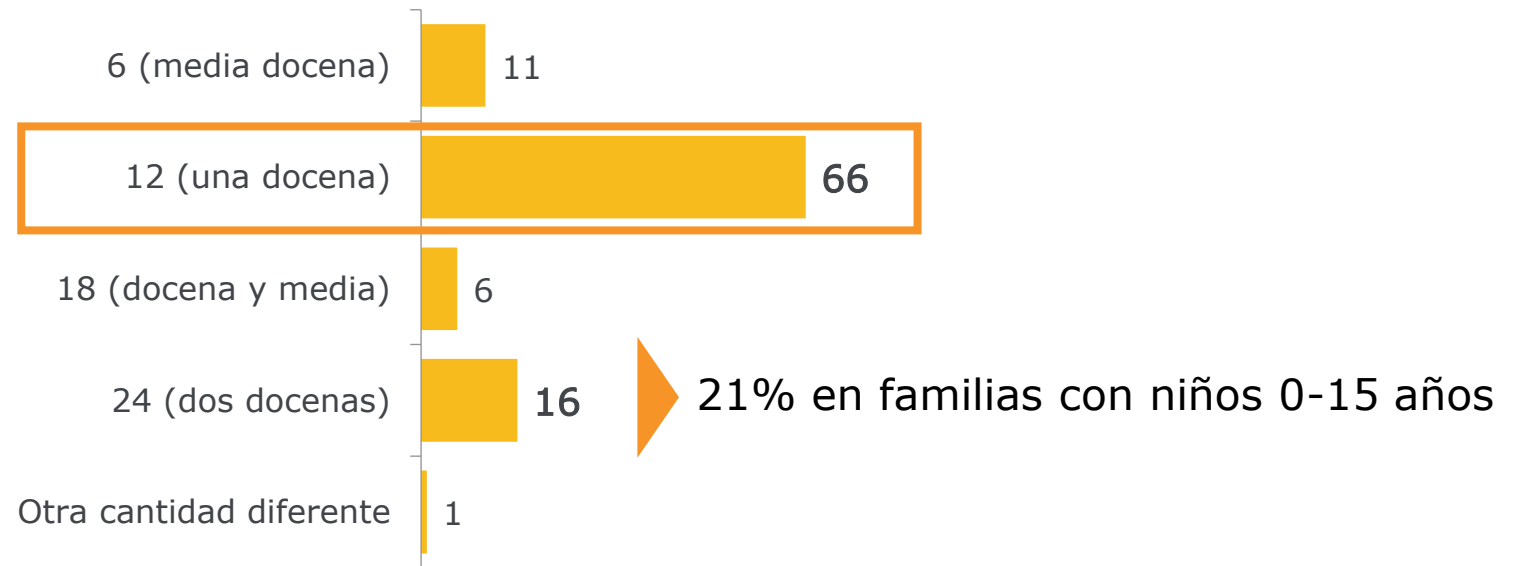
El huevo es el único producto con
unidad de medida propia, la DOCENA.



La compra media es de 12 huevos por semana

La mayoría de hogares compra los huevos por docenas. Crece el nº de hogares que compra envases de 2 docenas, y ya son 1 de cada 8

Unidades por compra



▶ Media de huevos compra a la semana: **12,0. (11,7 en 2021)**

▶ 14,4 huevos/semana en familias con niños 0-15 años

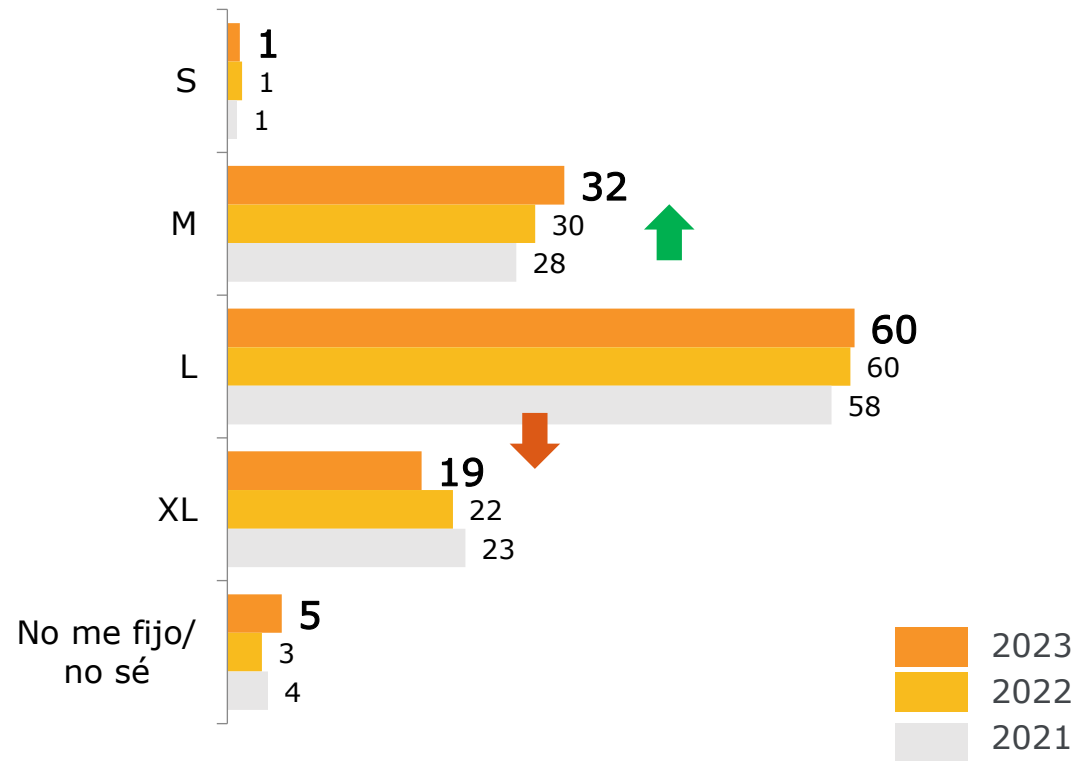
3.

¿Qué tipo de huevos compramos y cómo?

La mayoría de consumidores compra L

El aumento de precios ha provocado una reducción de XL y un aumento de M

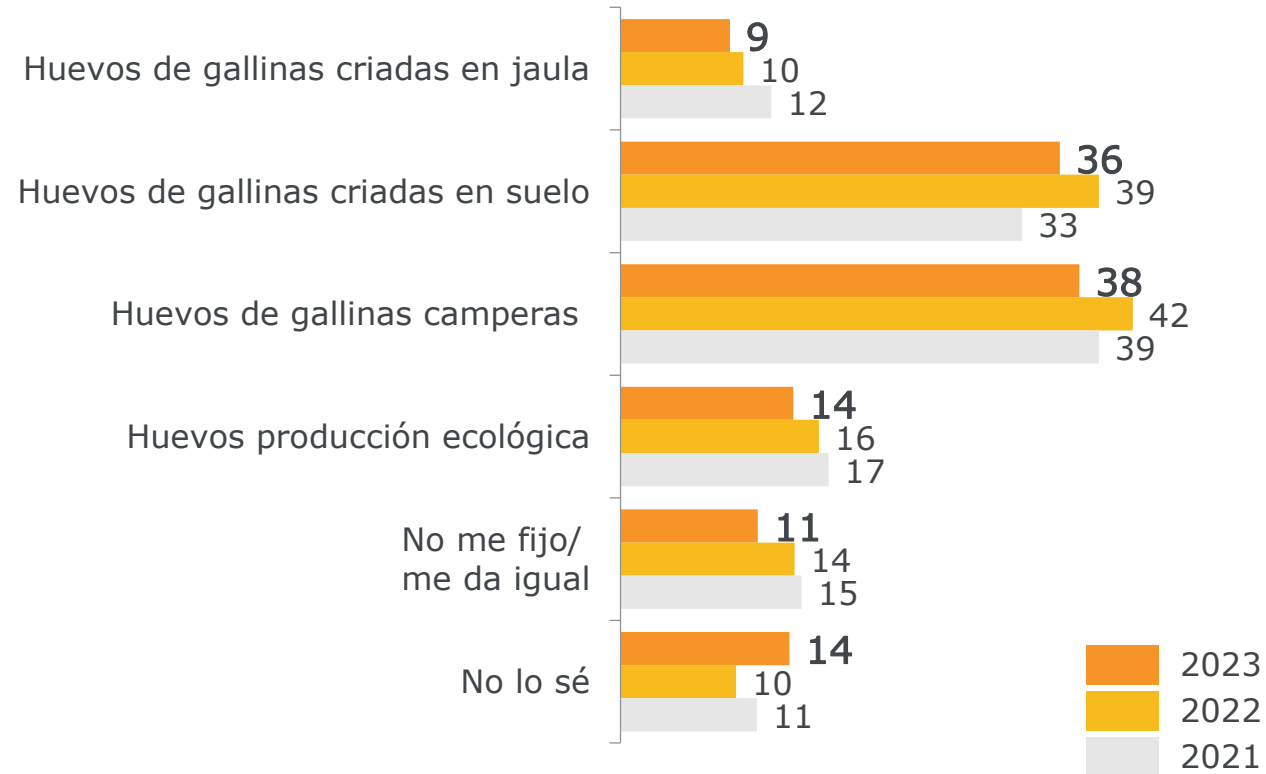
Tamaños que compra habitualmente



25% no sabe qué categoría compra o le da igual

Los consumidores creen comprar "camperos" en mucha mayor medida de lo que hacen en realidad

Tipos de cría que compra habitualmente*

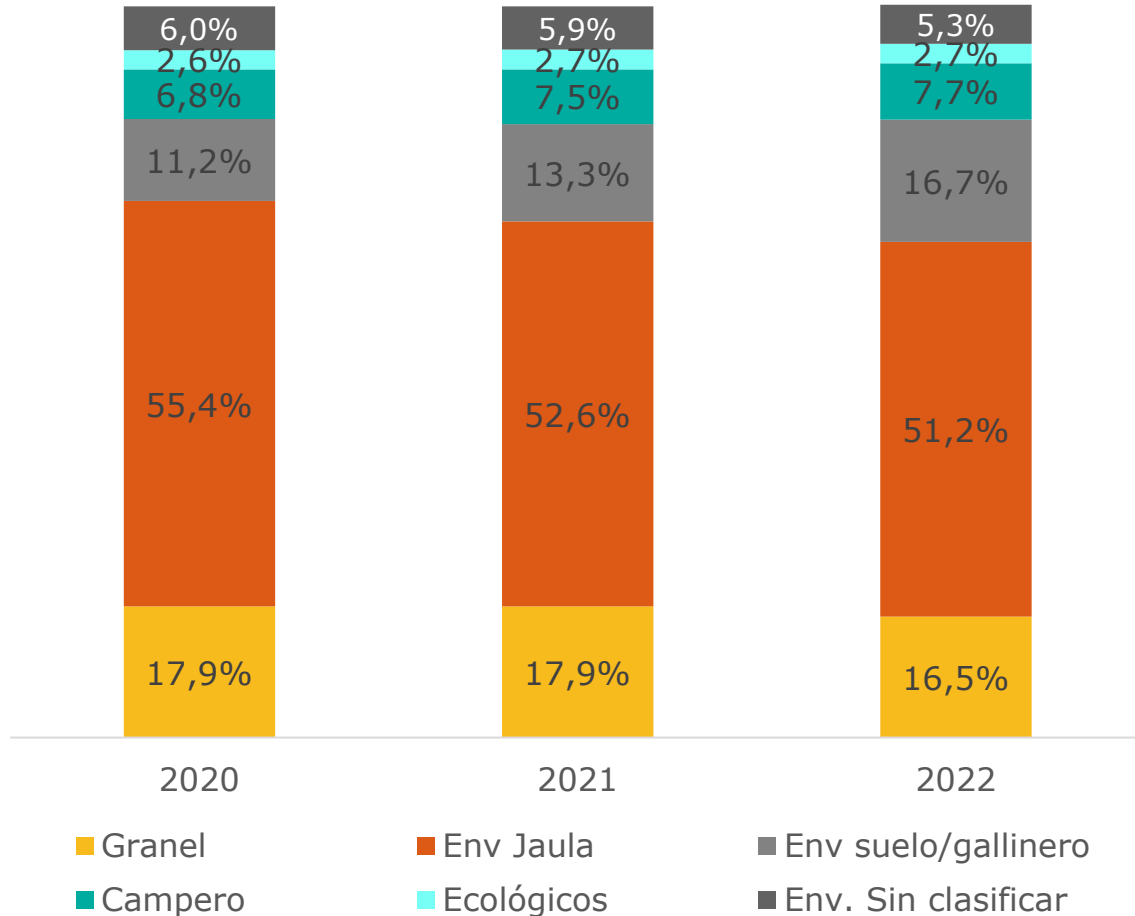


37% del valor de huevos envasados está en sistemas alternativos

(ecológico, campero y gallinero/suelo)

El mayor cambio sucede entre sistema 2 y 3

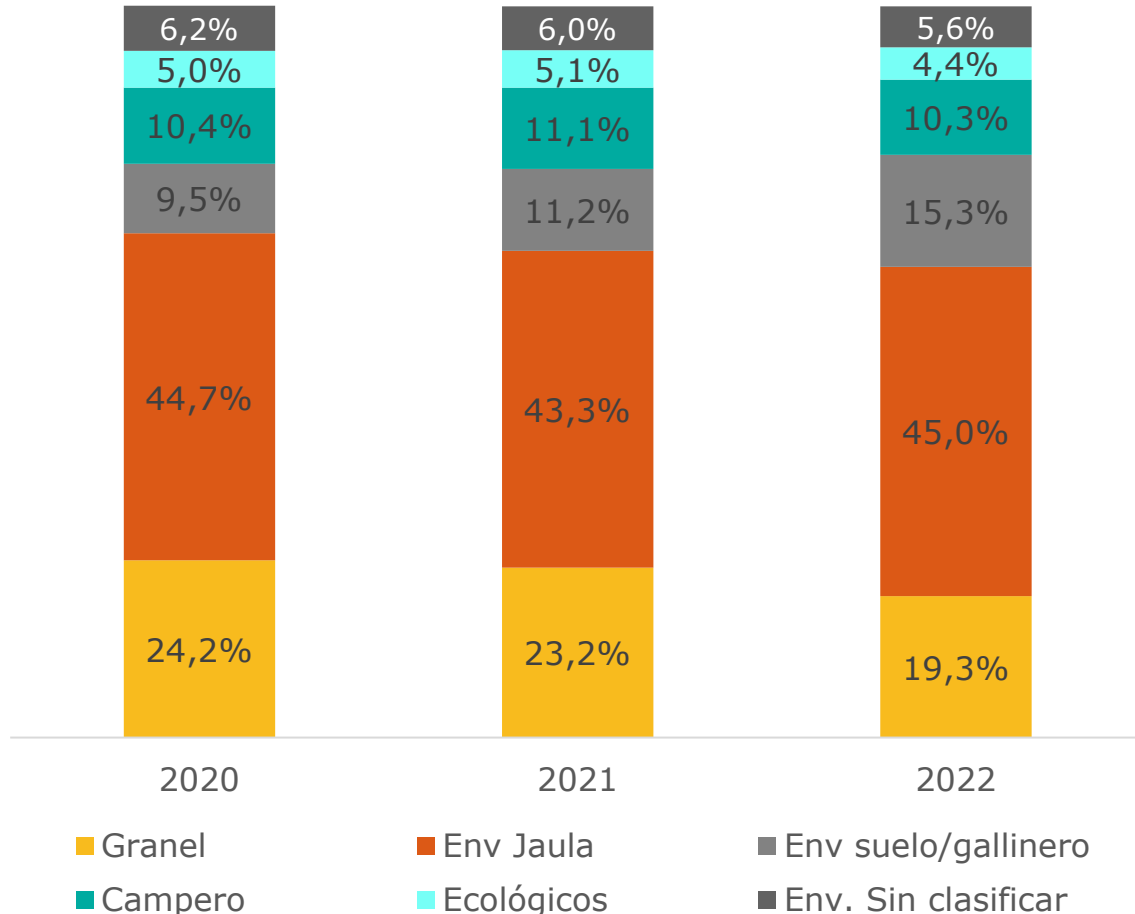
Evolución consumo: **VOLUMEN** por sistemas



- Jaula en 2 años ha perdido 4 puntos de peso.
- El consumo a granel se va sustituyendo por consumo envasado
- Gran auge de sistema 2 "suelo/gallinero"
- Estancamiento de ecológicos, y lento desarrollo de camperos.

Pero en valor, el auge de suelo es aún más importante

Evolución consumo: **VALOR** por sistemas



- El alza de precios más fuerte en jaula y suelo (por encima del 33% en 2 años, frente a menos del 10% en el resto) hace que crezca su peso en el total.
- De hecho, se mantiene el peso de jaula en el valor, pese a caer 4 puntos en volumen
- Y el granel cae 5 puntos

Los precios por categoría han evolucionado de forma dispar

Incrementos mucho más elevados en las categorías más económicas

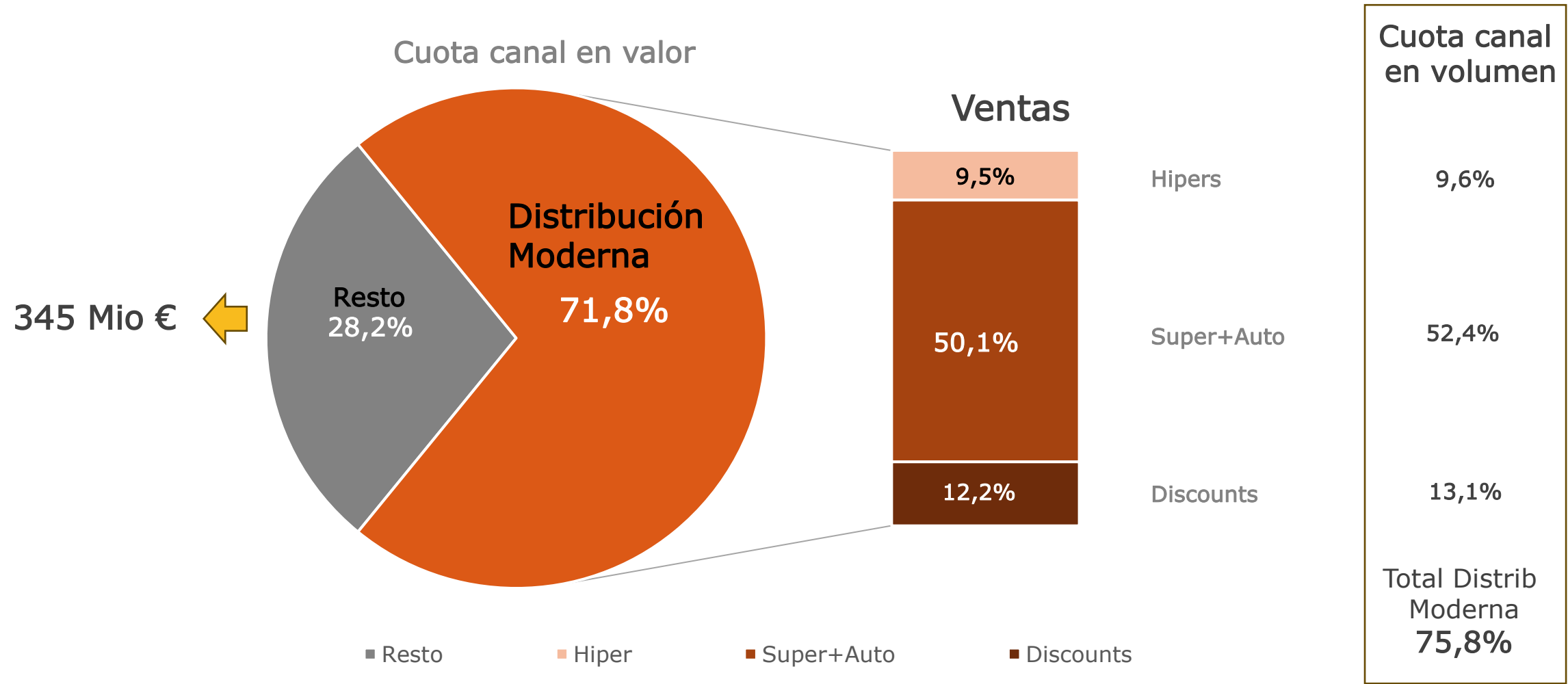
Peso y evolución de los sistemas en hogares

	% Peso en Volumen		% Peso en Valor		Precios		
	% 2022	% 2022	2022 (€/kg)	Índex vs media	2022 vs 20		
JAULA	51	45	1,96	88	+34%		
Suelo/Gallinero	17	15	2,04	91	+33%		
Camperos	8	10	2,99	134	+9%		
Ecológicos	3	4	3,68	165	+7%		
Granel	17	19	2,62	117	+8%		
Envasados en PDV (sin categorizar)	5	6	2,35	105	+27%		
			Precio medio 2,23 €/kg	100			

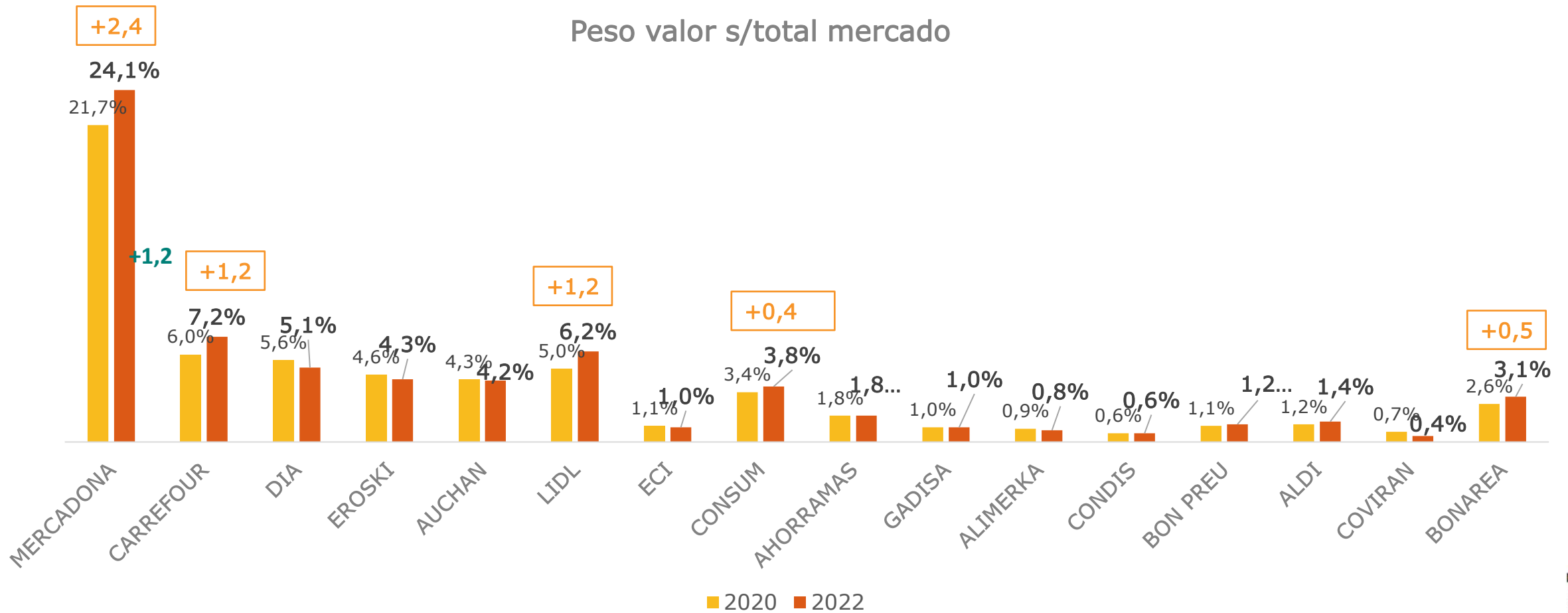
4.

¿Dónde compramos huevos?

El peso de la distribución moderna se ha acelerado en 2022:
 3 de cada 4 huevos se venden ya en este canal
 71,8% en 2022, vs 68,5% en 2020, 66,6% en 2017

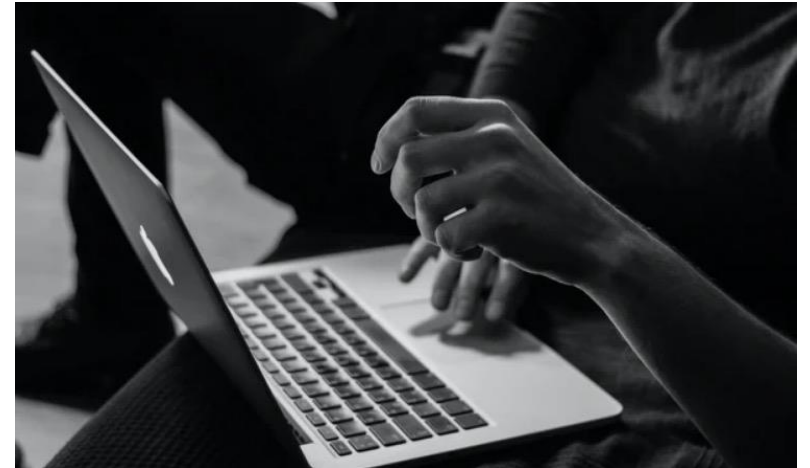
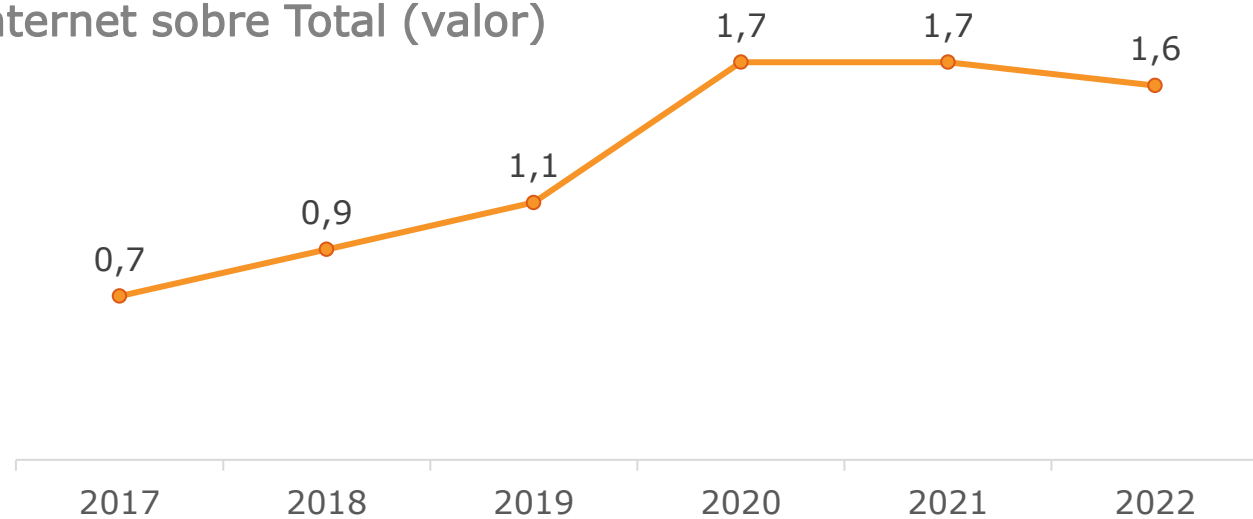


¿Cuáles son las principales cadenas?



La venta online creció con la pandemia, pero se ha frenado ligeramente (baja el nº de compradores)

% Internet sobre Total (valor)



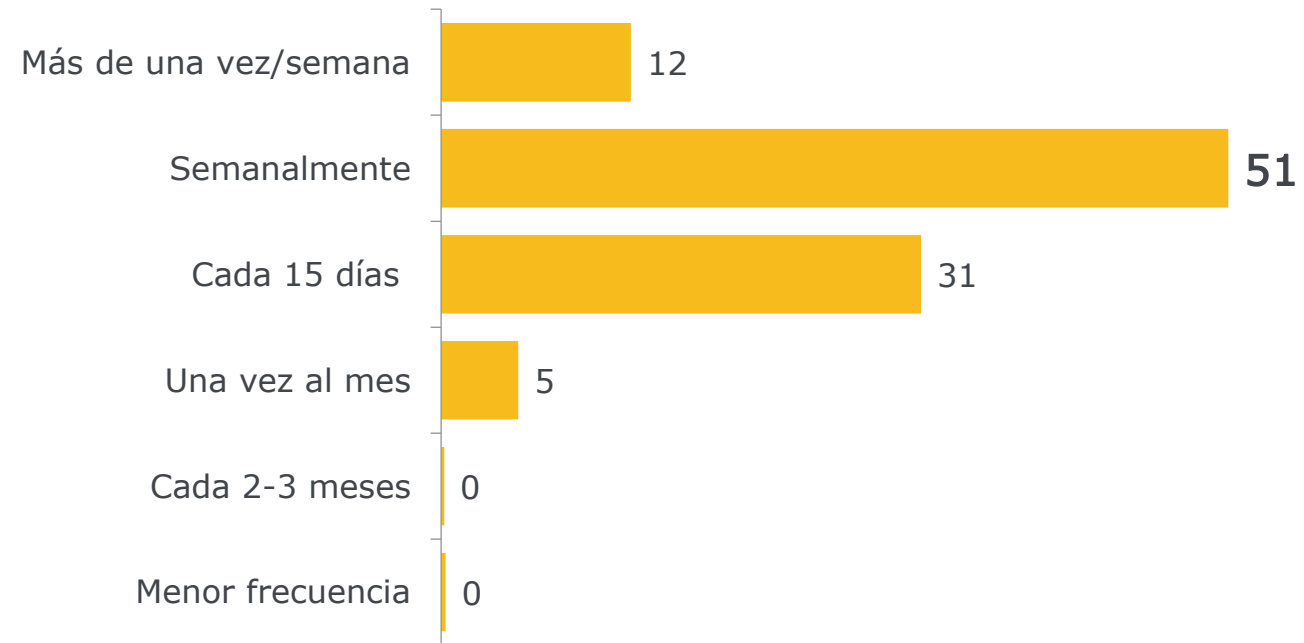
4.

¿Con qué frecuencia compramos?

1 de cada 2 hogares compra huevos **cada semana**



Frecuencia



5.

¿Cuánto gastamos en huevos?

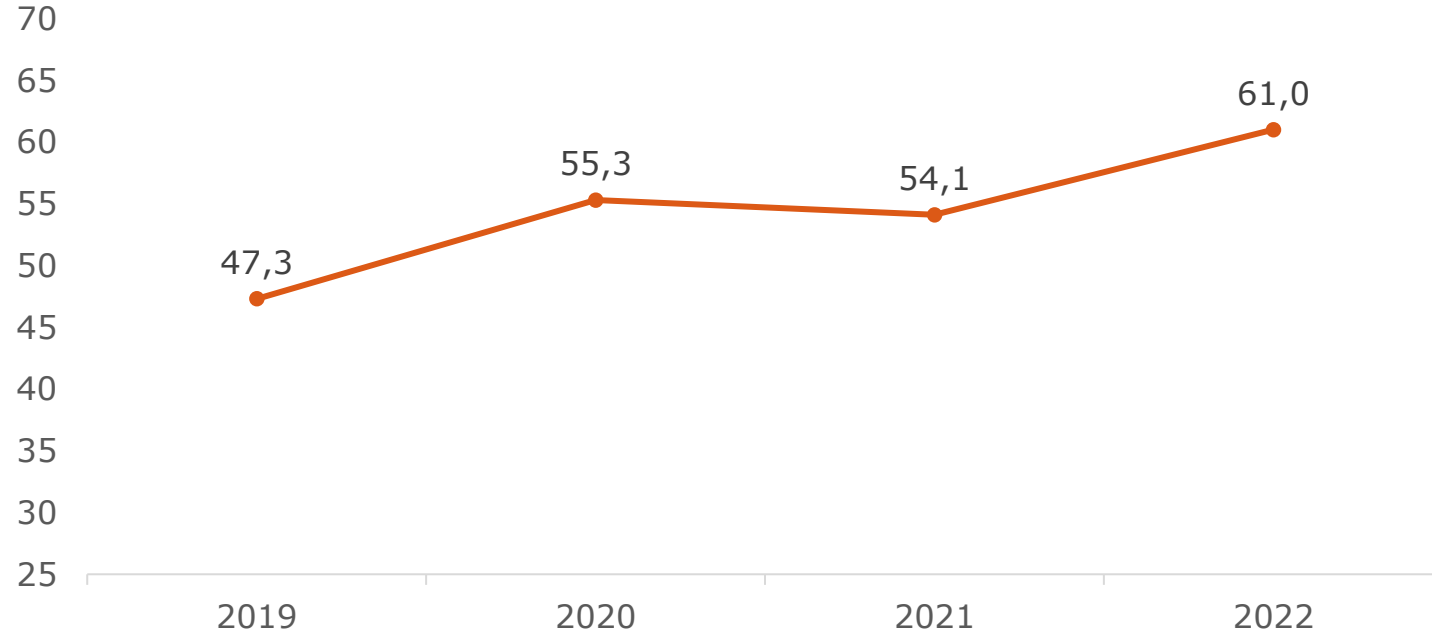
Cada hogar gasta **61 euros** al año en huevos, o lo que es lo mismo, poco más de **5 euros** al mes.



Entre 2022 y 2019 el gasto por hogar ha crecido un 29%

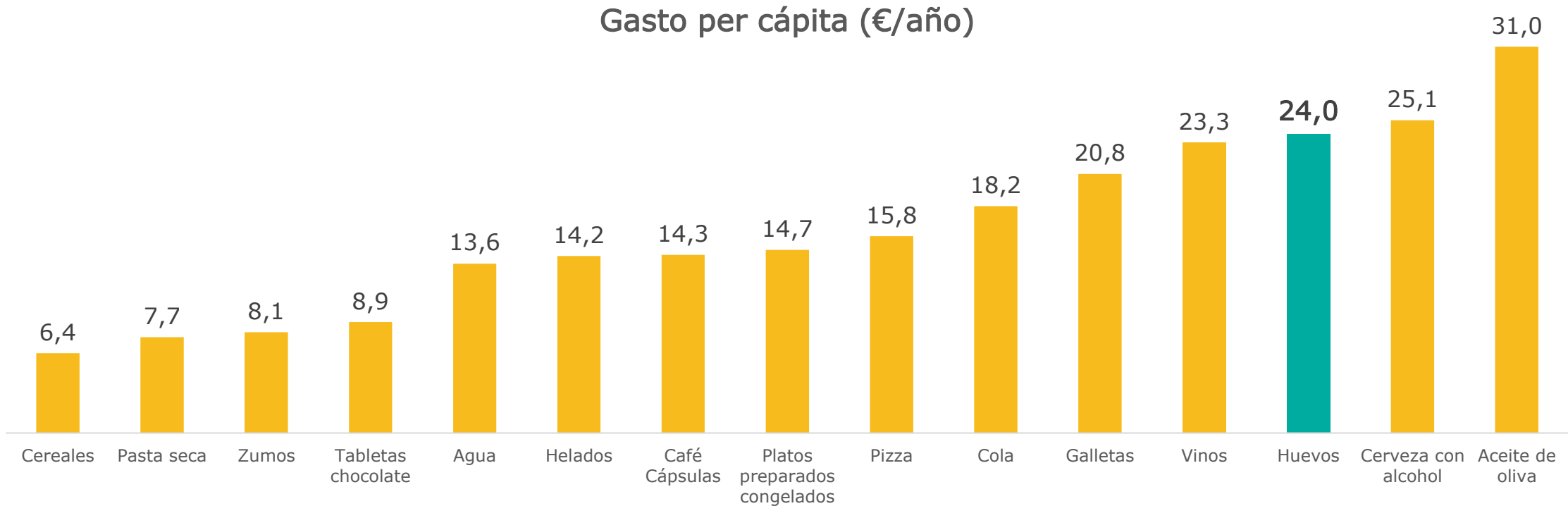
A pesar del fuerte aumento de precio (+24%) los hogares han aumentado su consumo

Gasto medio €/hogar



El gasto per cápita en huevos es muy superior al de muchas categorías...

... categorías a las que la distribución les dedica un gran protagonismo en lineales o en su actividad comercial.



El consumo

1.

¿Cuántos huevos consumimos?

Pero ¿cuántos huevos consume cada español al año?

129

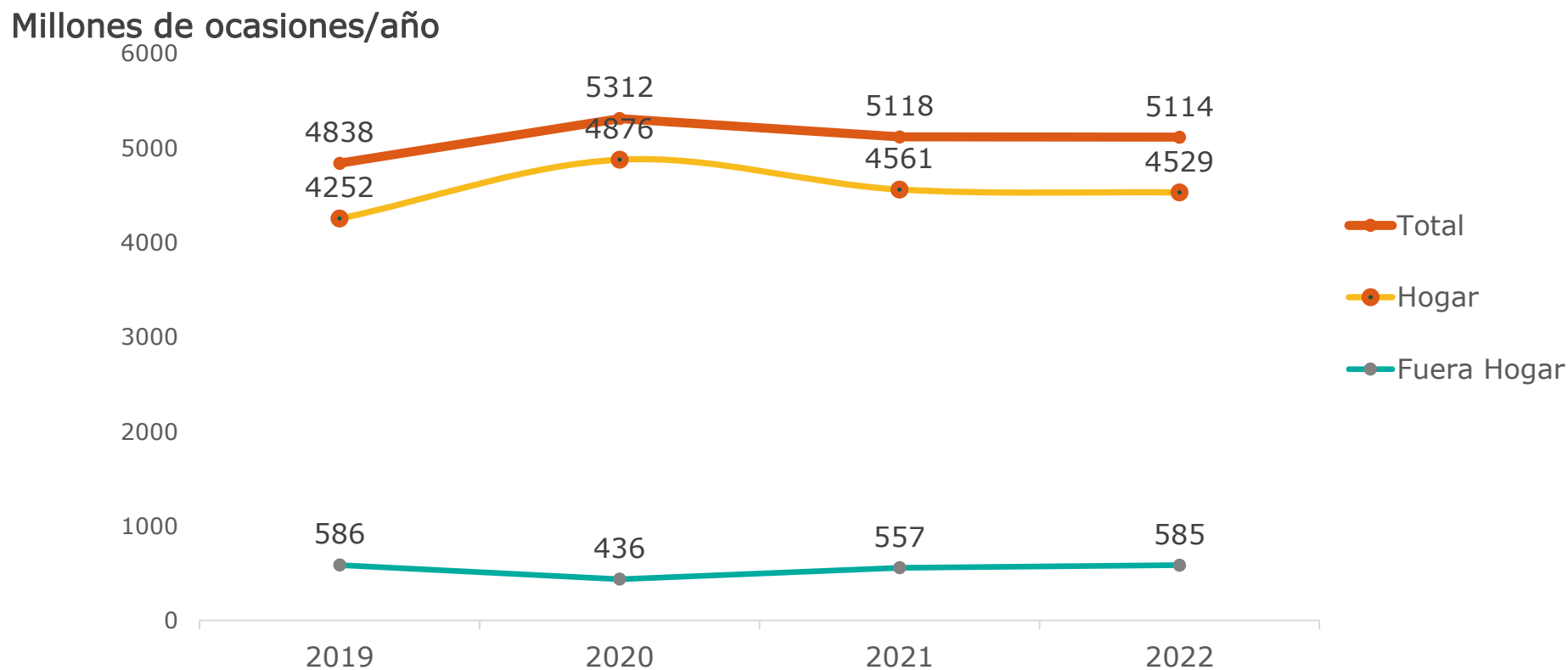
huevos al año es la media de consumo por persona en 2022

2,5

huevos de promedio semanal consumidos por persona

El huevo ha crecido nada menos que en 276 millones de ocasiones de consumo, tras los vaivenes de la pandemia

Crece 277 mio. en hogar (y mantiene consumo fuera del hogar)



2.

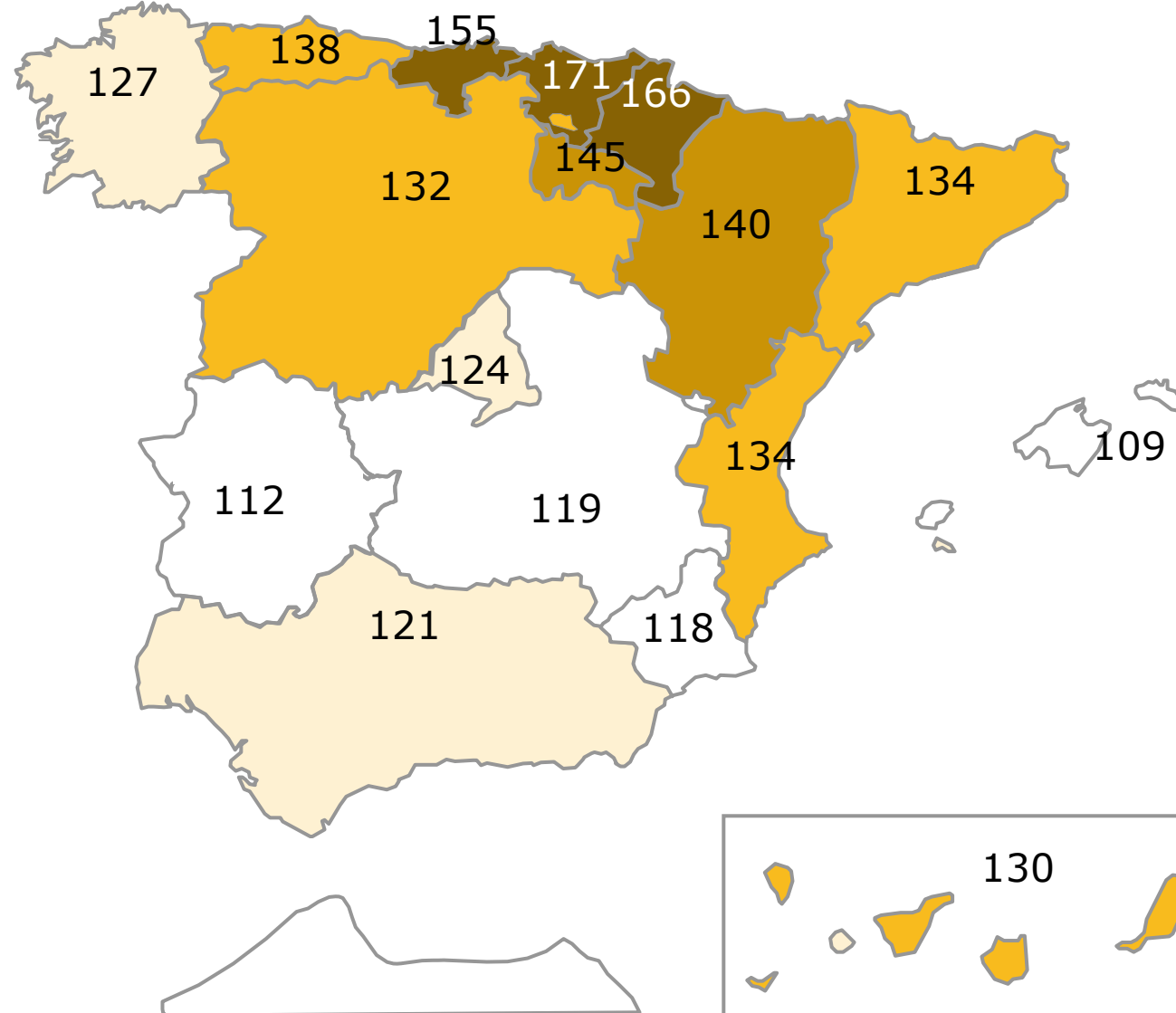
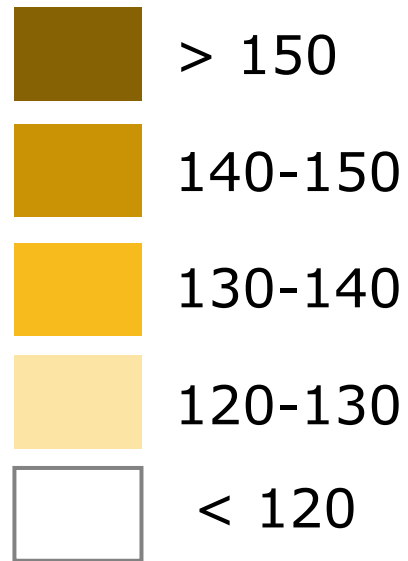
¿Dónde se consumen más huevos?

No todos los españoles consumen por igual...

El Norte consume mucho más, vs Centro y Sur

Promedio nacional =

129 huevos al año

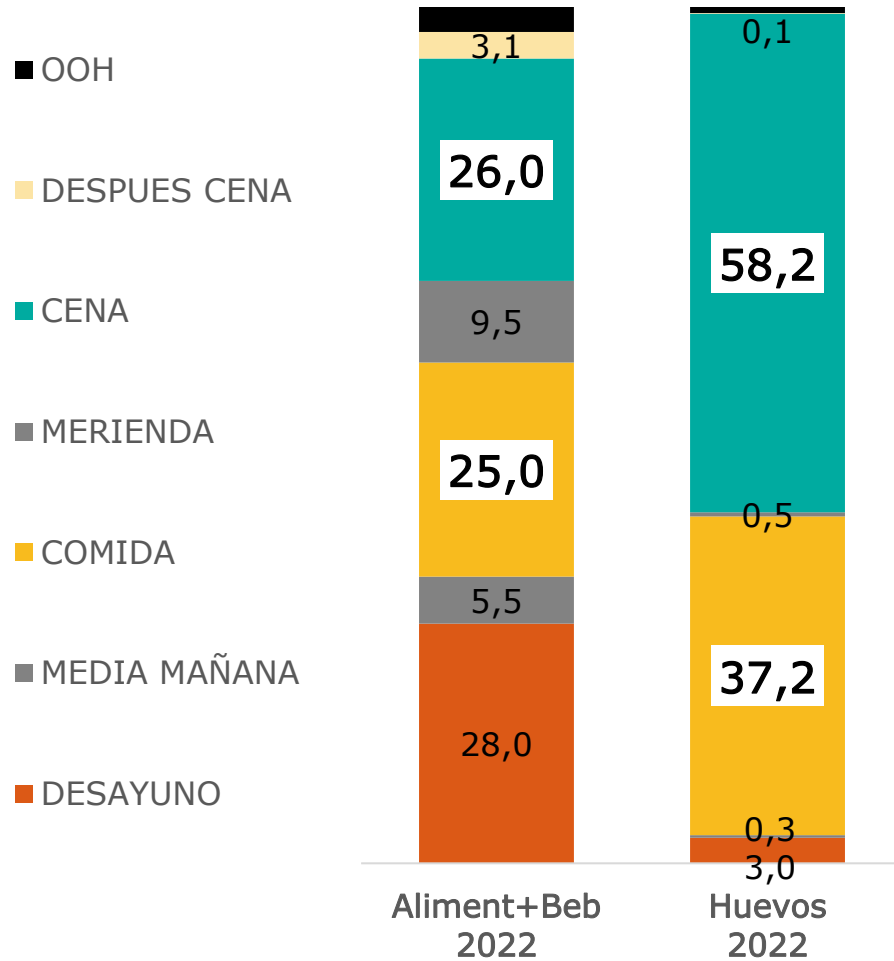


Fuente: MAPA Panel del Ministerio de Alimentación, 2022

3.

¿A qué hora se consumen?

La cena, y en menor medida la comida, ocupan más del 95% de las ocasiones del huevo



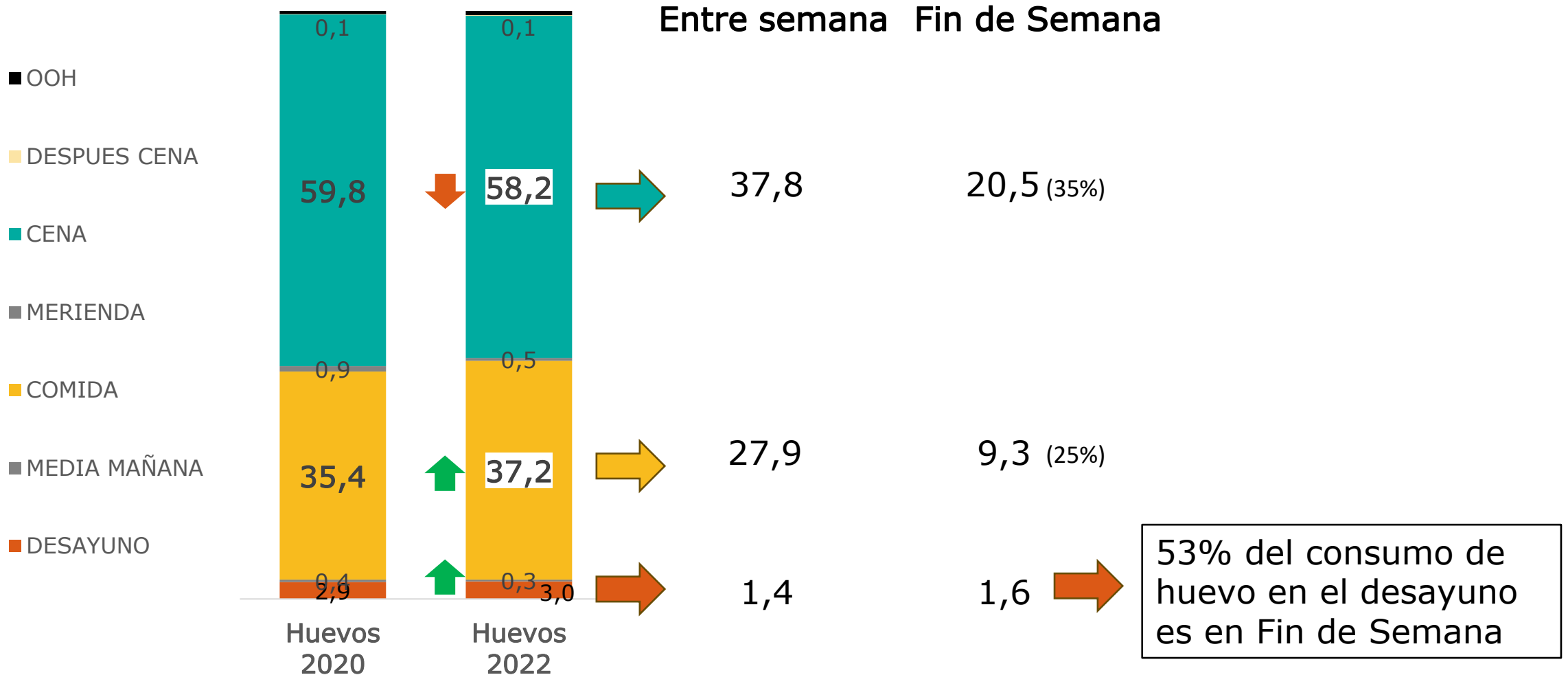
Cena ocasión recurrente semanal con huevo. → Más de 1 vez/semana/persona

Comida alta presencia del huevo como ingrediente y plato

Desayuno ocasión vinculada a los festivos, aunque crece la presencia del huevo pero muy lentamente

Entre horas → ocasiones de poco peso para el huevo

El huevo se consume en mayor medida en fin de semana (31,4% de las ocasiones de consumo), en especial en desayuno y cena



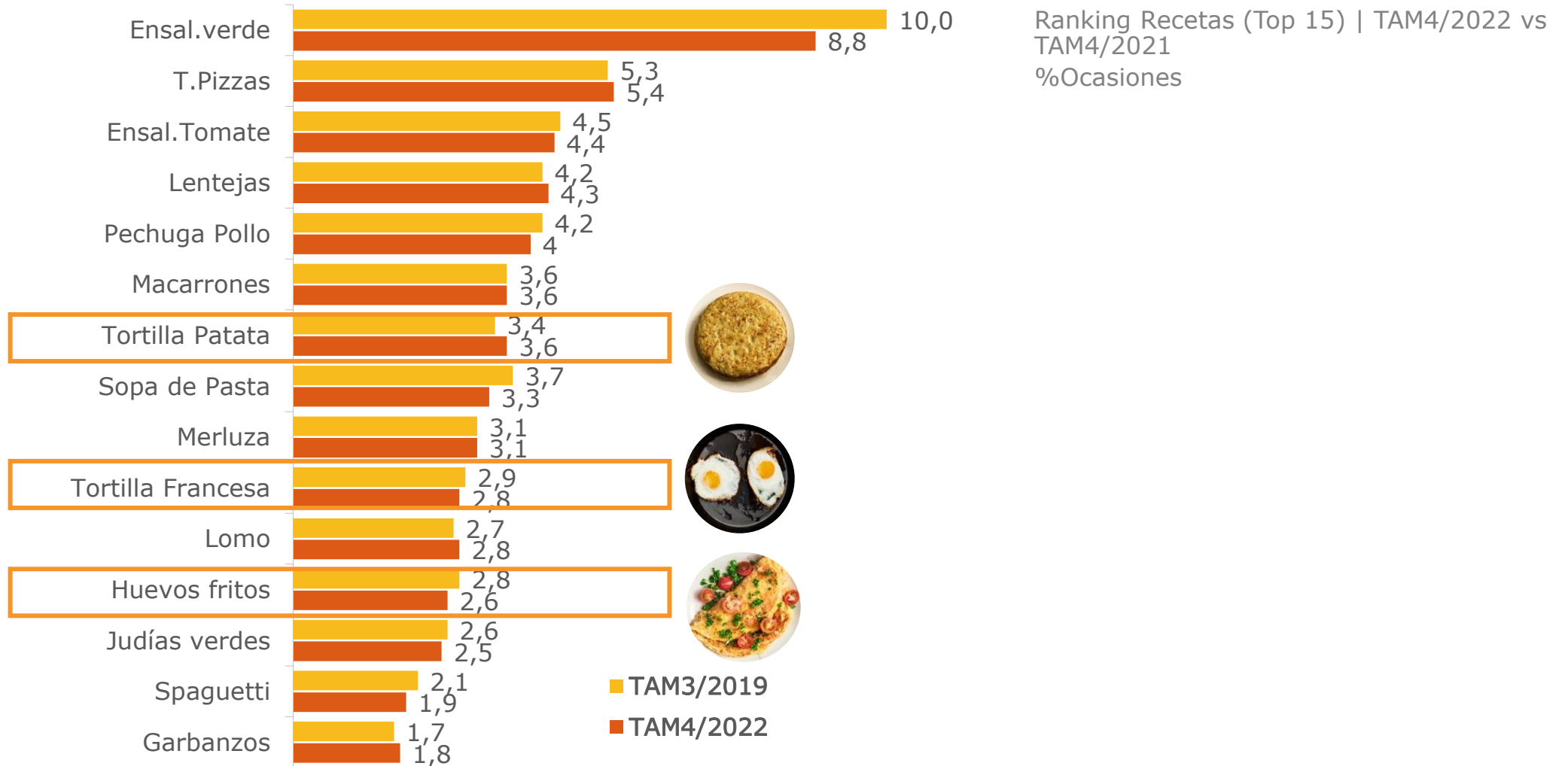
53% del consumo de huevo en el desayuno es en Fin de Semana

4.

Platos con huevo, en el top de la cocina española

El huevo es protagonista de 3 de los top 15 platos de la cocina española

Tortilla de patatas crece, bajan francesa y huevos fritos

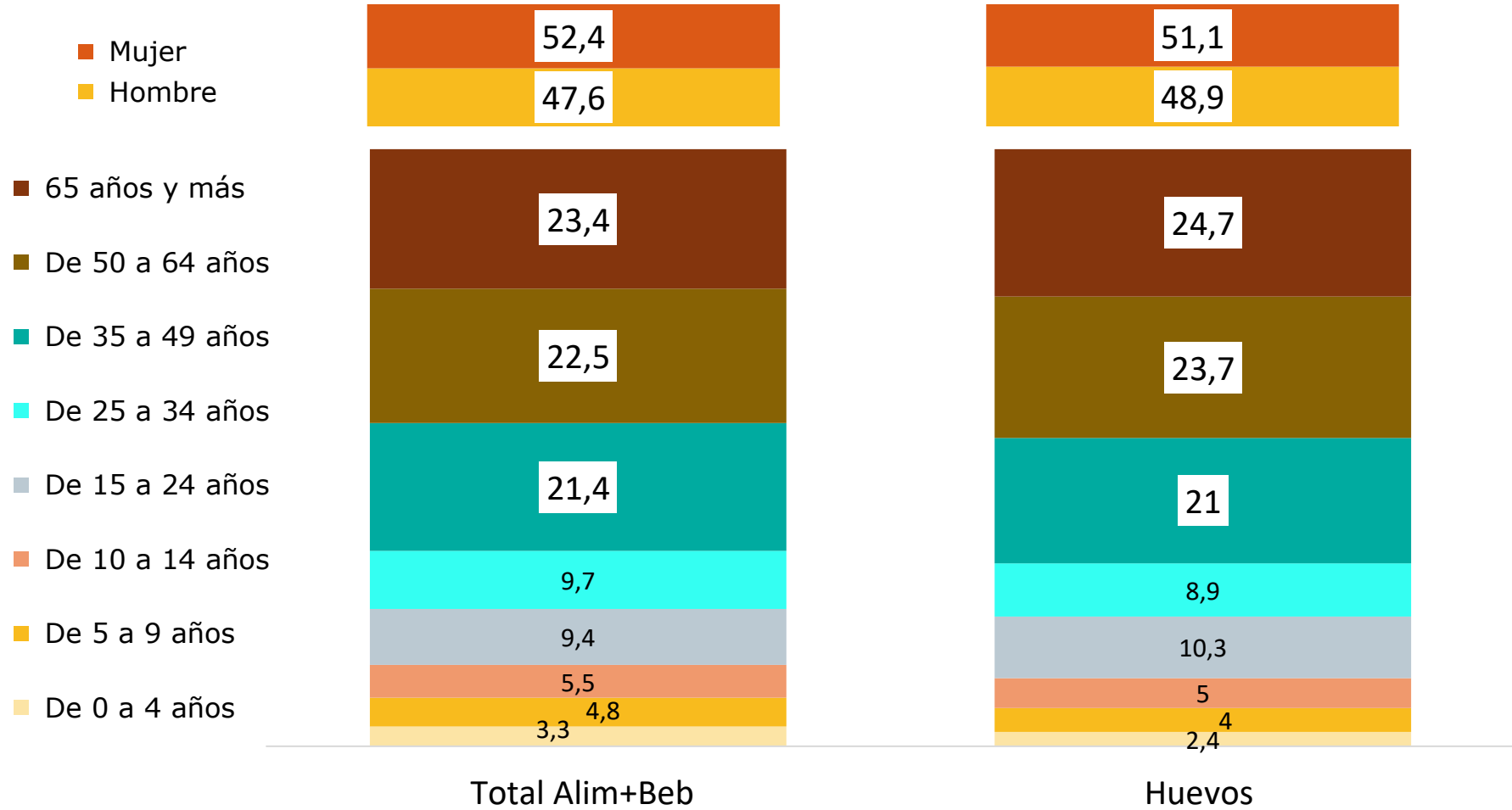


5.

¿Qué sabemos de los
consumidores del huevo?

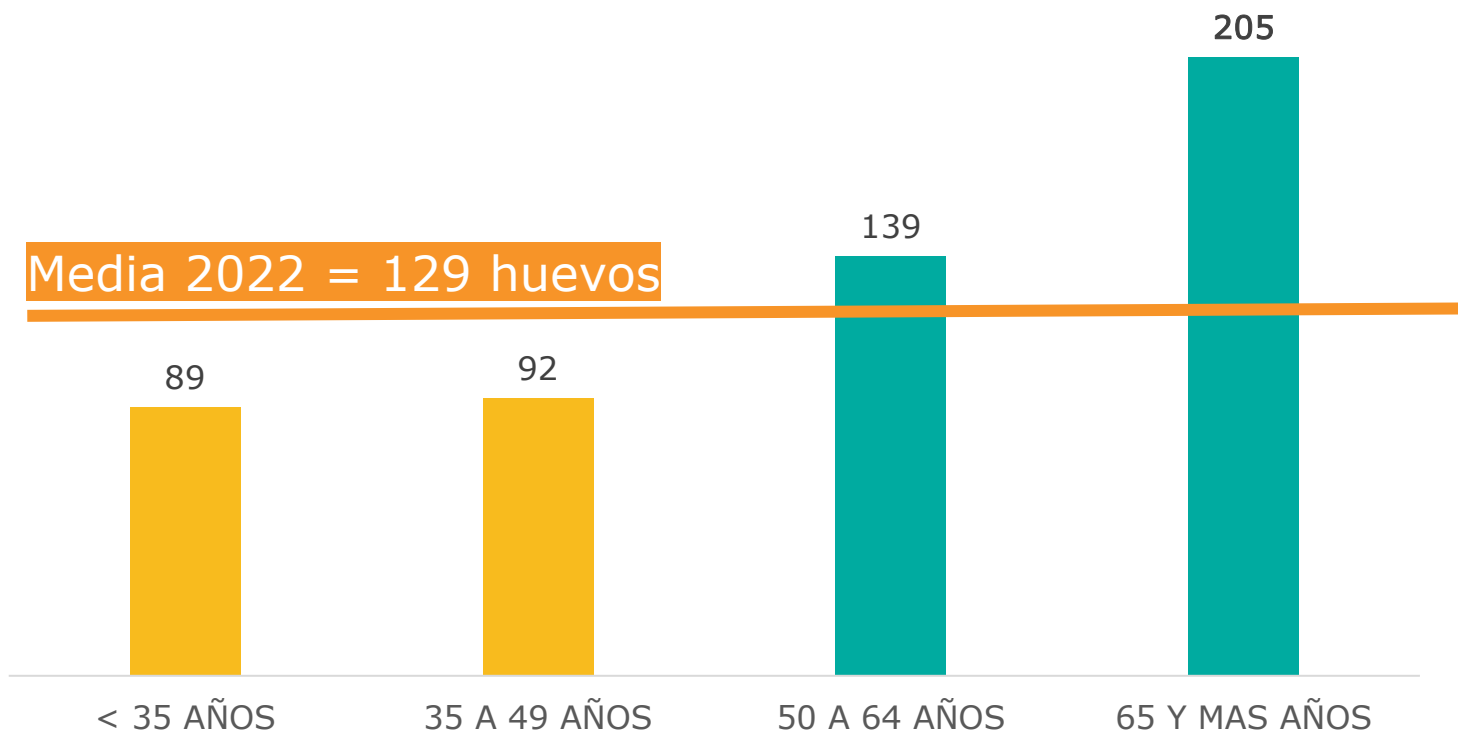
Consumen igual hombres que mujeres; el 48% del consumo lo realizan los mayores de 50 años

%Ocasiones de consumo del huevo, hogares (2022)

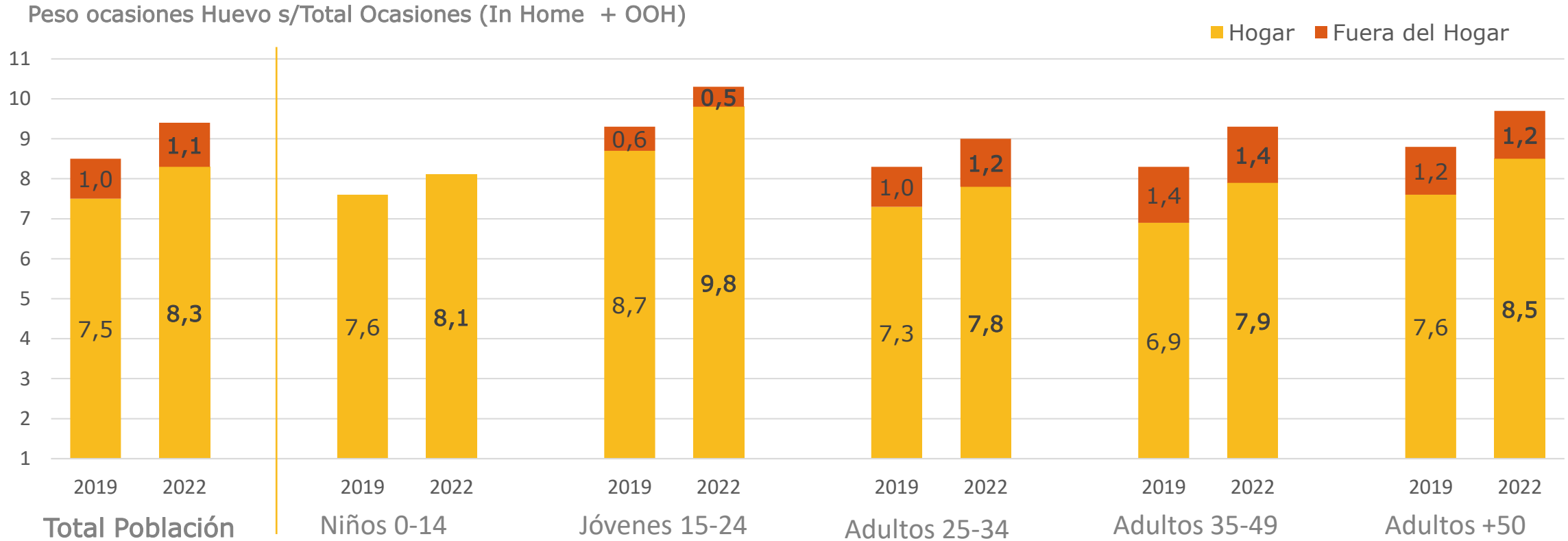


Los mayores son los más grandes compradores

Huevos/año per cápita
En función edad responsable compras



Pero el huevo ha ganado protagonismo en las ocasiones de consumo de todos los targets

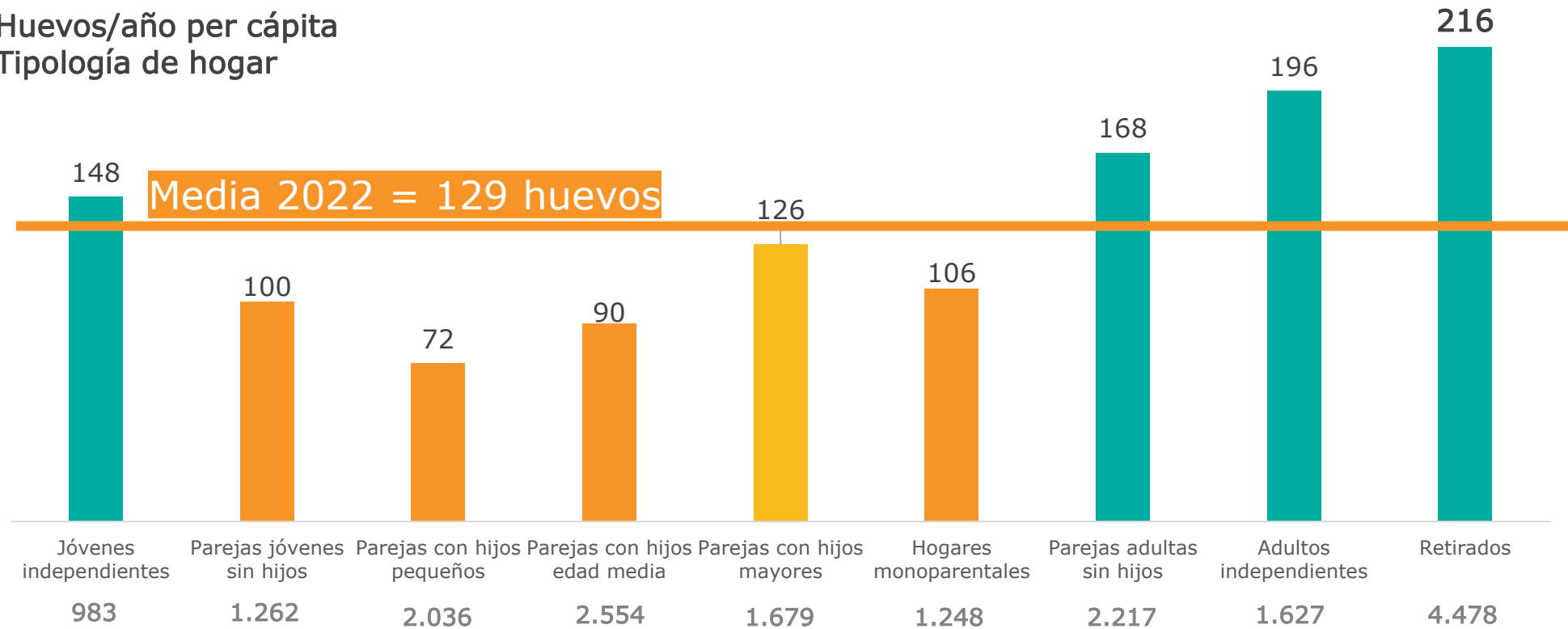


La intensidad de consumo varía mucho entre distintos tipos de hogar

Destaca el infra consumo de las **parejas jóvenes sin hijos** y las **parejas con hijos pequeños o de edad media**;

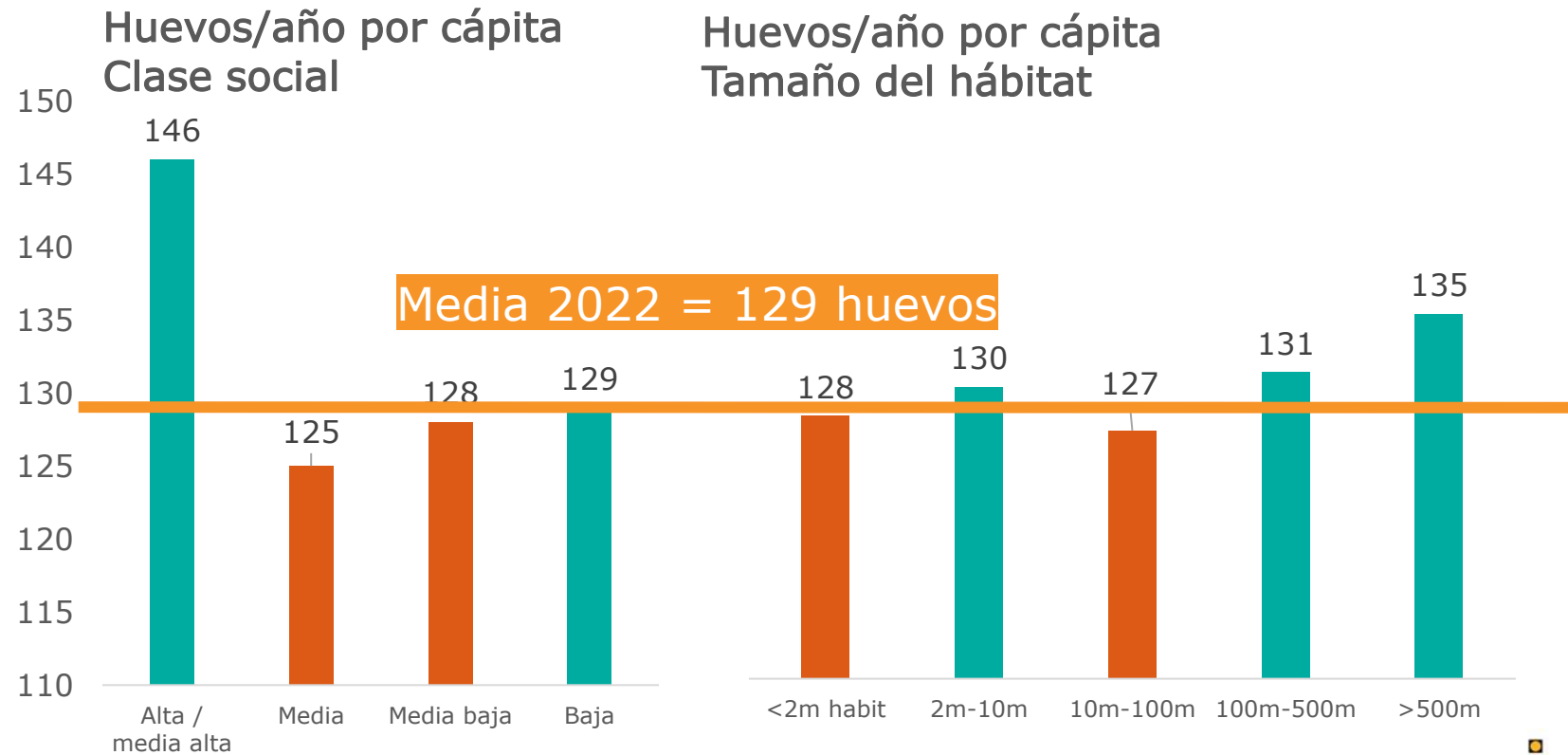
Mientras tanto, los hogares de mayor edad, sea cual sea su estado se sitúan muy por encima del promedio

Huevos/año per cápita
Tipología de hogar





El consumo no distingue clases sociales.
Y tampoco mucho tamaño de hábitat,
aunque en los pueblos es algo más
elevado

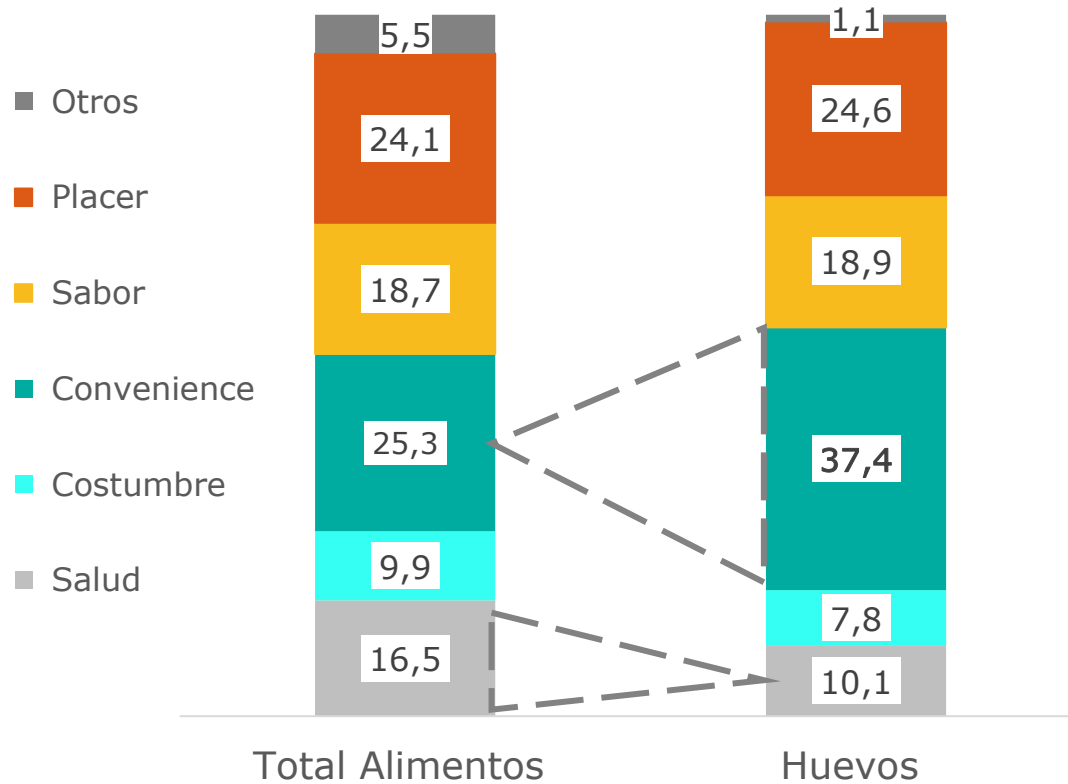



5.


¿Cuáles son las motivaciones tras el consumo de huevo?

El consumo del huevo se ve impulsado por una variedad de palancas, aunque la conveniencia domina. La salud crece.


Motivos de consumo
 (% sobre total ocasiones)


CONVENIENCIA Se encuentra entre los productos más fáciles de preparar y es muy versátil.



PLACER SABOR Gusta a todo el mundo, además de ser divertido de comer.



COSTUMBRE Entra en la cesta de lo que siempre hay en casa, cumpliendo un rol básico y accesible.



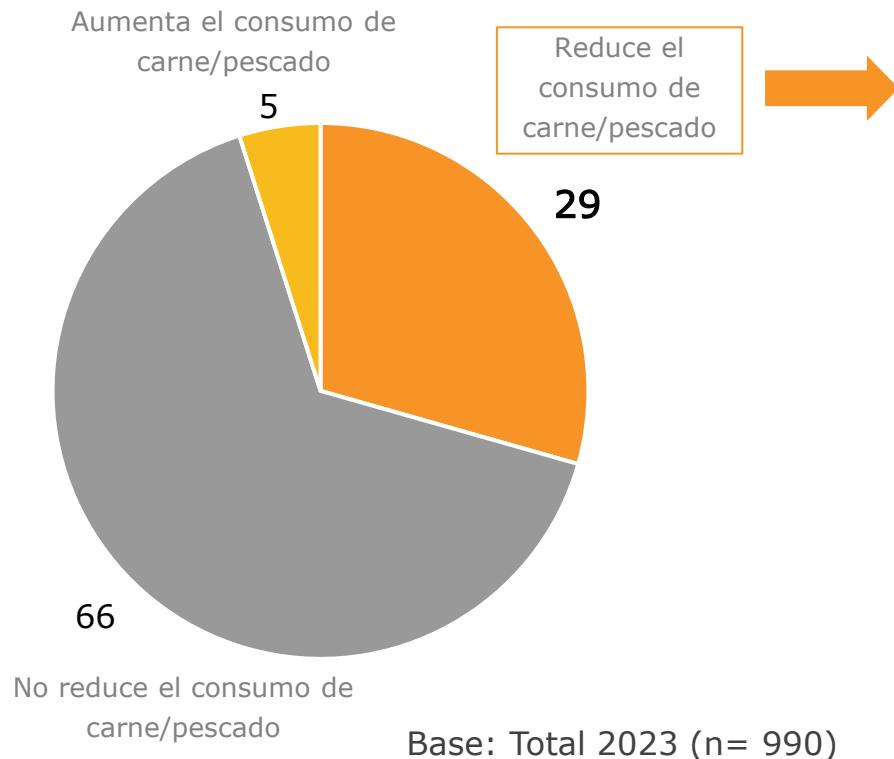
SALUD No figura dentro de las motivaciones prioritarias de consumo, aunque gana peso paulatinamente (8,2% en 2019).

El huevo y como fuente de proteína

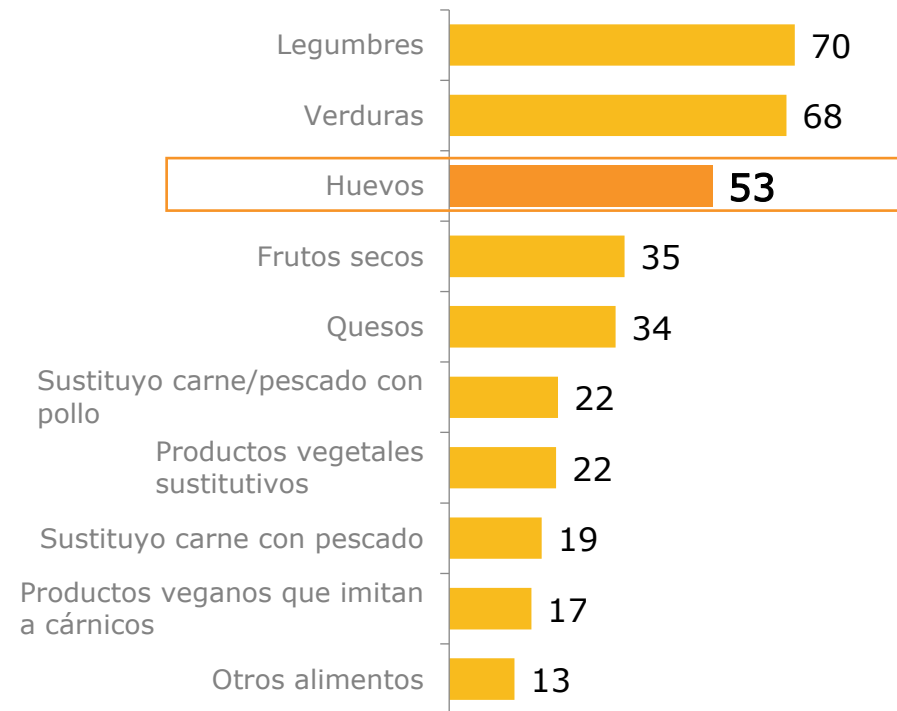
Un 15% de los consumidores está empleando huevo para sustituir carne/pescado en su alimentación

Más de la mitad (53%) de los que reducen carne/pescado (29%) usa el huevo como alternativa

¿Está intentando reducir el consumo de carne/pescado?



Sustitutos de carne/pescado



Base: Reduce el consumo de carne/pescado (n=291)

Los motivos para emplear huevo como alternativa a carne/pescado son múltiples

Motivos de sustituir por huevo frente a otras alternativas



Base: Sustituye el consumo de carne/pescado por huevos (n=154)

El huevo es el producto preferido como fuente de proteína

Por delante de legumbres y carne blanca o pescado

Obtención de proteínas | %Respuestas | Top 5 | Ranking



¿De qué productos obtienes el aporte proteico necesario en tu dieta?

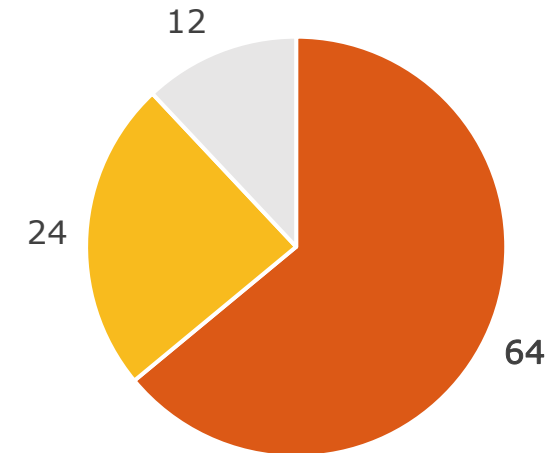
Una de las claves del crecimiento del huevo es sin duda su percepción como fuente de proteína



El huevo es una buena fuente de proteína, que prefiero a otras alternativas (como la carne o el pescado):

88%

“algo, bastante o totalmente de acuerdo”



- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo

Han crecido las ocasiones de uso del huevo frente a la caída en la mayoría de fuentes principales de proteína

El huevo se ha beneficiado de la dinámica en busca de fuentes de proteína alternativas, frente a carnes/pescado, más económica.

Huevos
+5,7% ocas 2022 vs 2019

Productos del mar
-2,7% ocas 2022 vs 2019

Carne
-1,1% ocas 2022 vs 2019

Queso
+0,5% ocas 2022 vs 2019

Fiambres y embutidos
-1,6% ocas 2022 vs 2019

Índice Precio Medio por Ocasión vs Platos con proteína TAM4/2022

Index 59
Platos Huevo

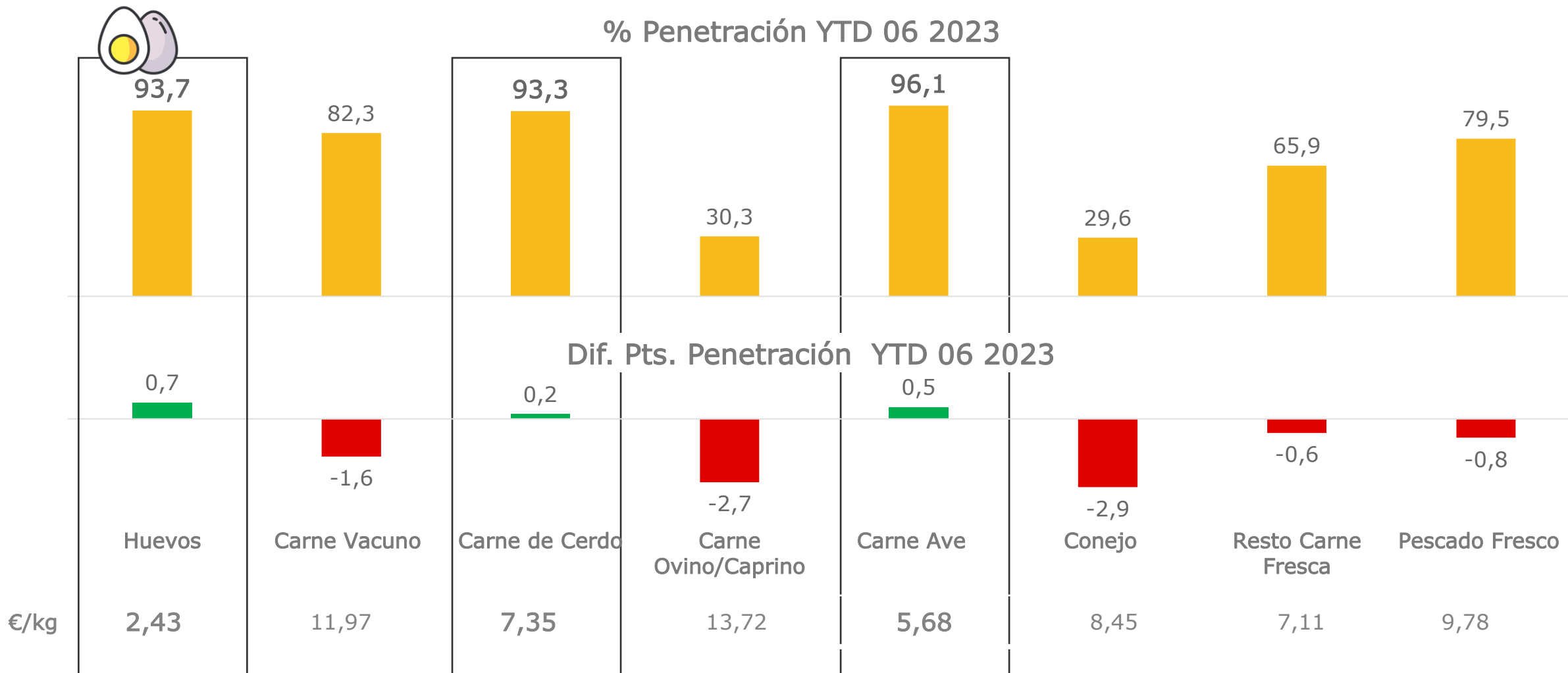
Index 92
Platos Legumbre

Index 104
Platos Carne

Index 135
Platos Pescado

Index 144
Platos Mariscos

El huevo, como proteína que ofrece al consumidor precio más asequible, es la que mejor evoluciona en 2023



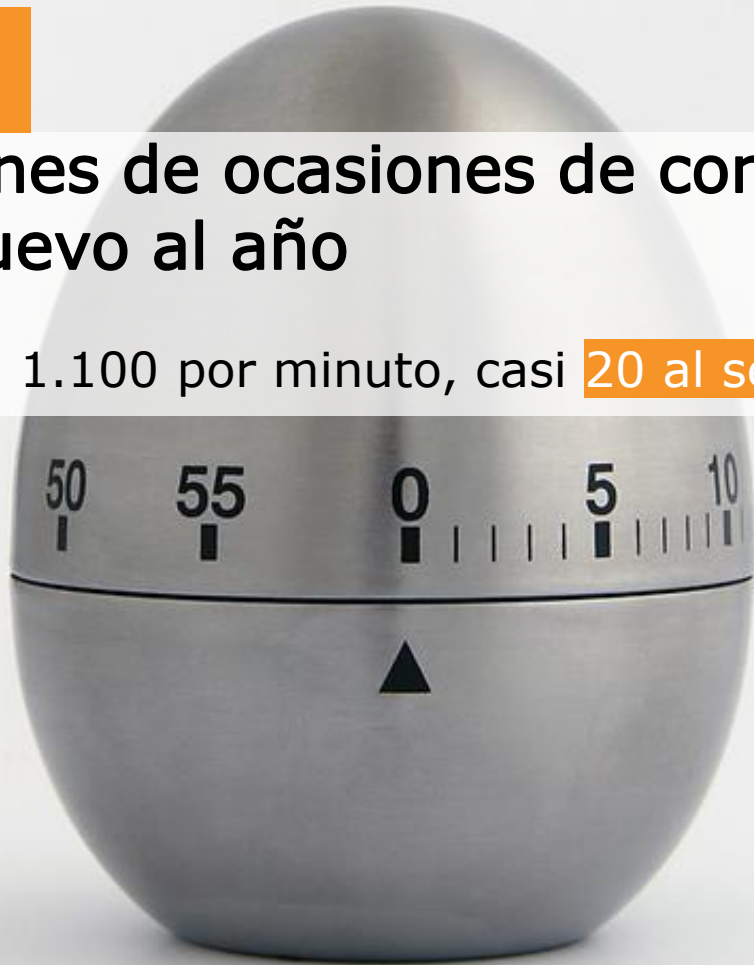
El consumo de huevos en la hostelería y restauración

Cada día, el huevo está presente en más de 1,6 millones de ocasiones de consumo en OOH

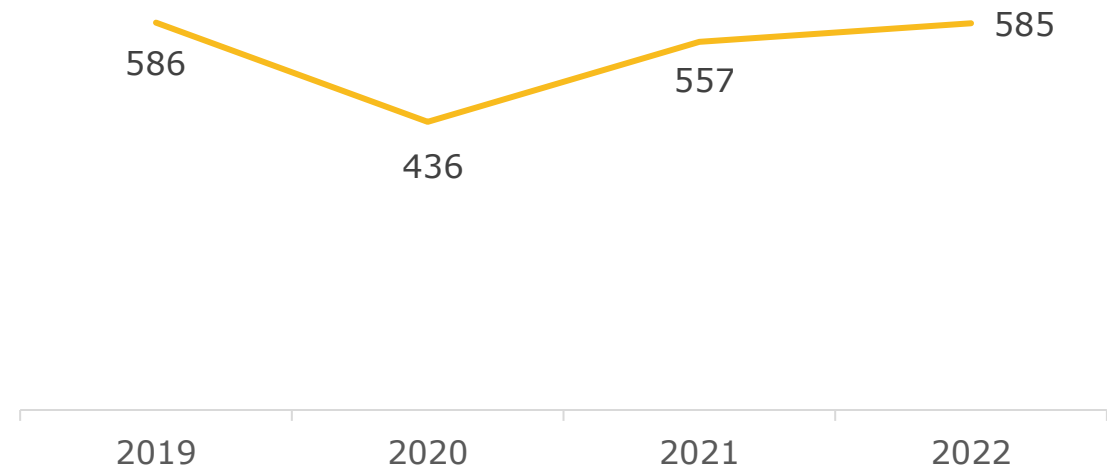
585

millones de ocasiones de consumo de huevo al año

Más de 1.100 por minuto, casi **20 al segundo**



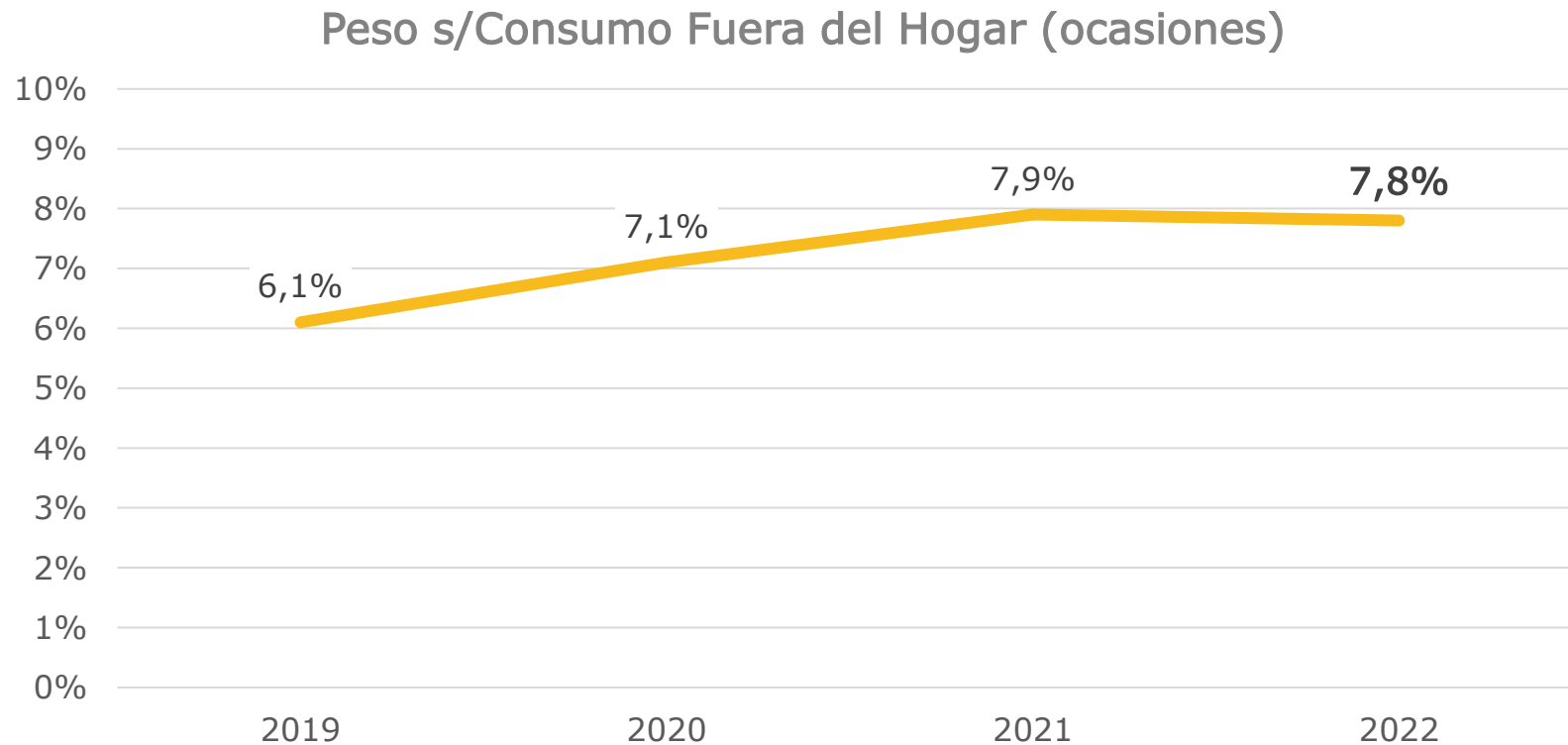
Ocasiones anuales (mio) recetas con huevo



Las ocasiones de consumo se han recuperado al nivel previo a la pandemia.

El consumo Fuera del Hogar ha caído en 2.160 millones de ocasiones, mientras que las de huevo se han mantenido

Como consecuencia, el huevo ha aumentado su peso del 6,1% de las ocasiones de consumo a cerca del 8%



1.

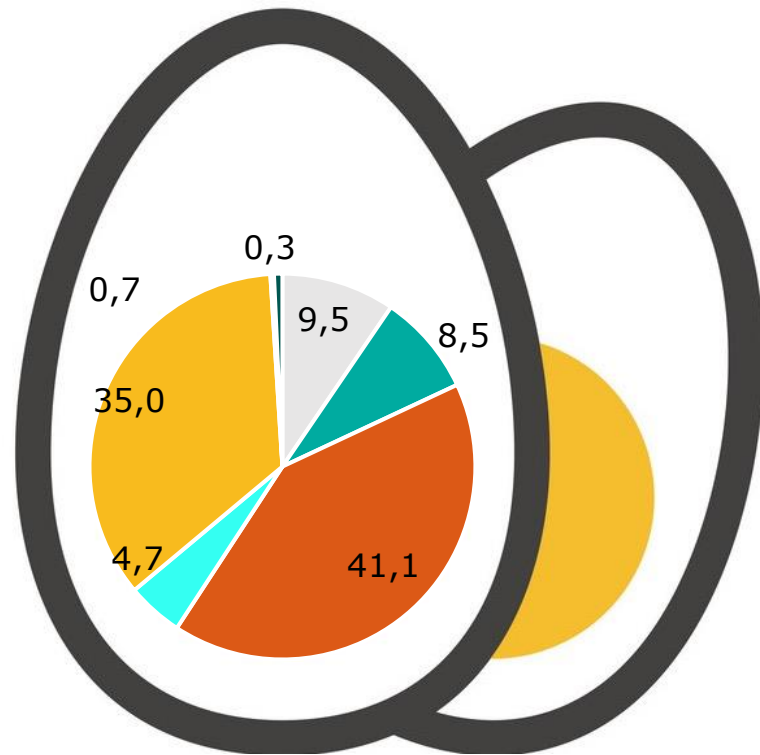
¿En qué momento del día se consume el huevo fuera del hogar?

En el consumo de huevo fuera del hogar reina la comida, frente al consumo doméstico, donde el protagonismo lo tiene la cena

Fuera del hogar también cobran relevancia las otras ocasiones, como el desayuno (9,5% del consumo de huevo) y el aperitivo (8,5% de ocasiones, ligado a tortilla y croquetas)

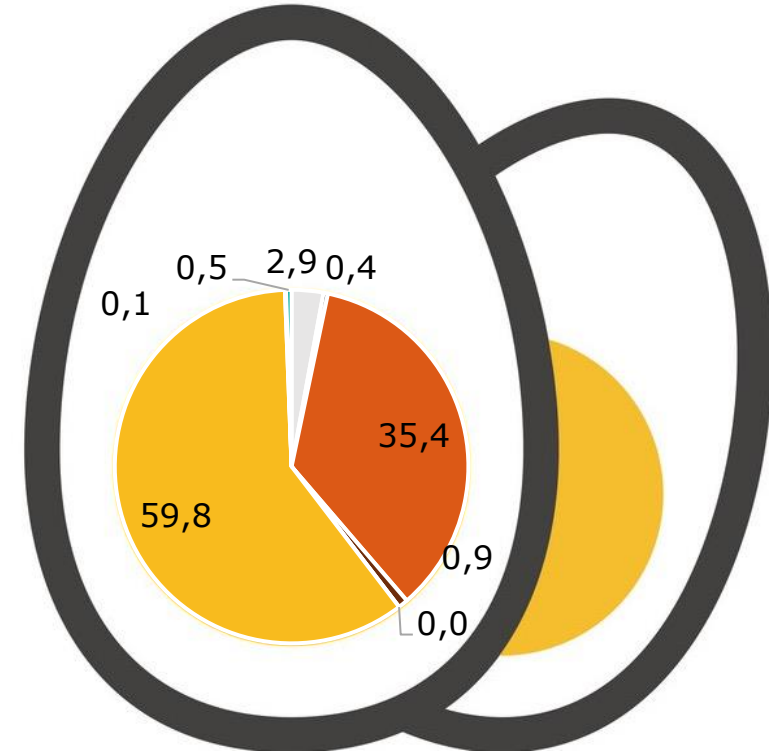
% Ocasiones recetas con huevo

FUERA del hogar



- DESAYUNO
- APERITIVO/ANTES DE COMER
- COMIDA
- TARDE/MERIENDA
- ANTES DE CENAR
- CENA
- DESPUES DE LA CENA
- DURANTE EL DIA

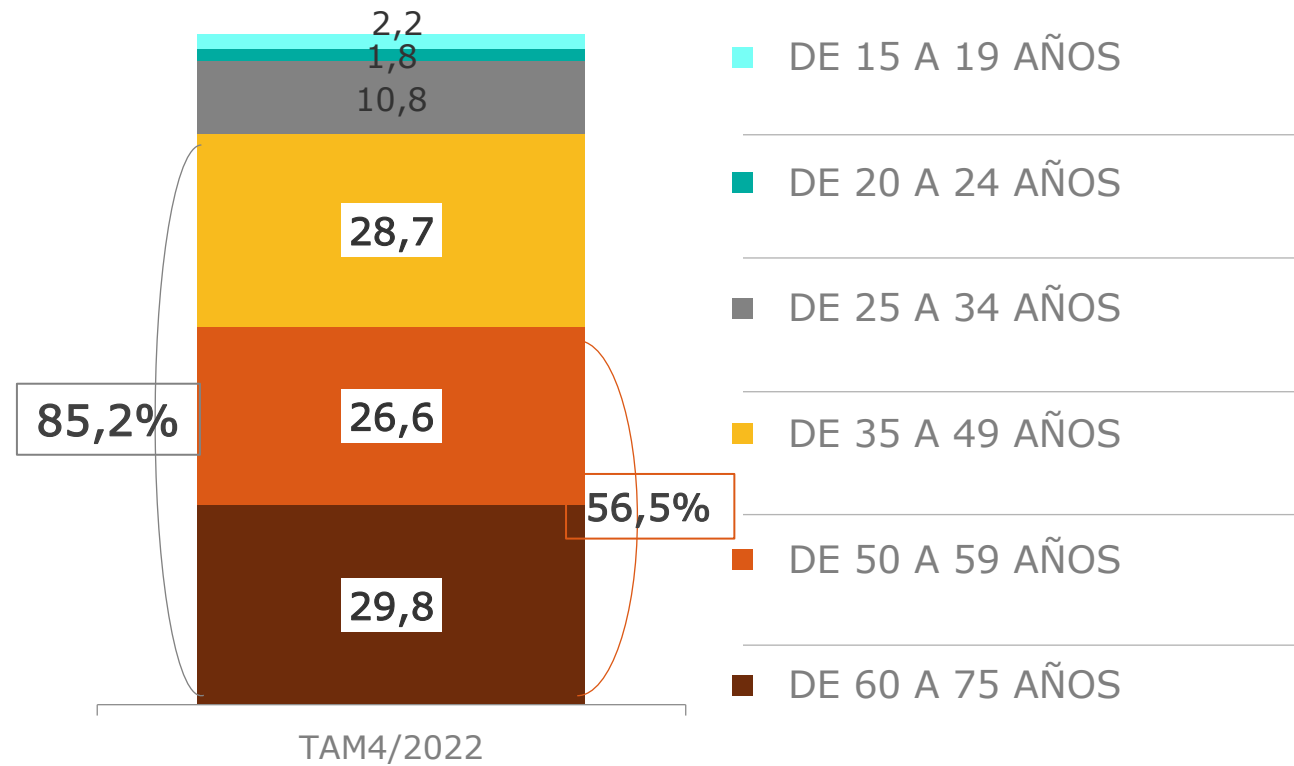
DENTRO del hogar



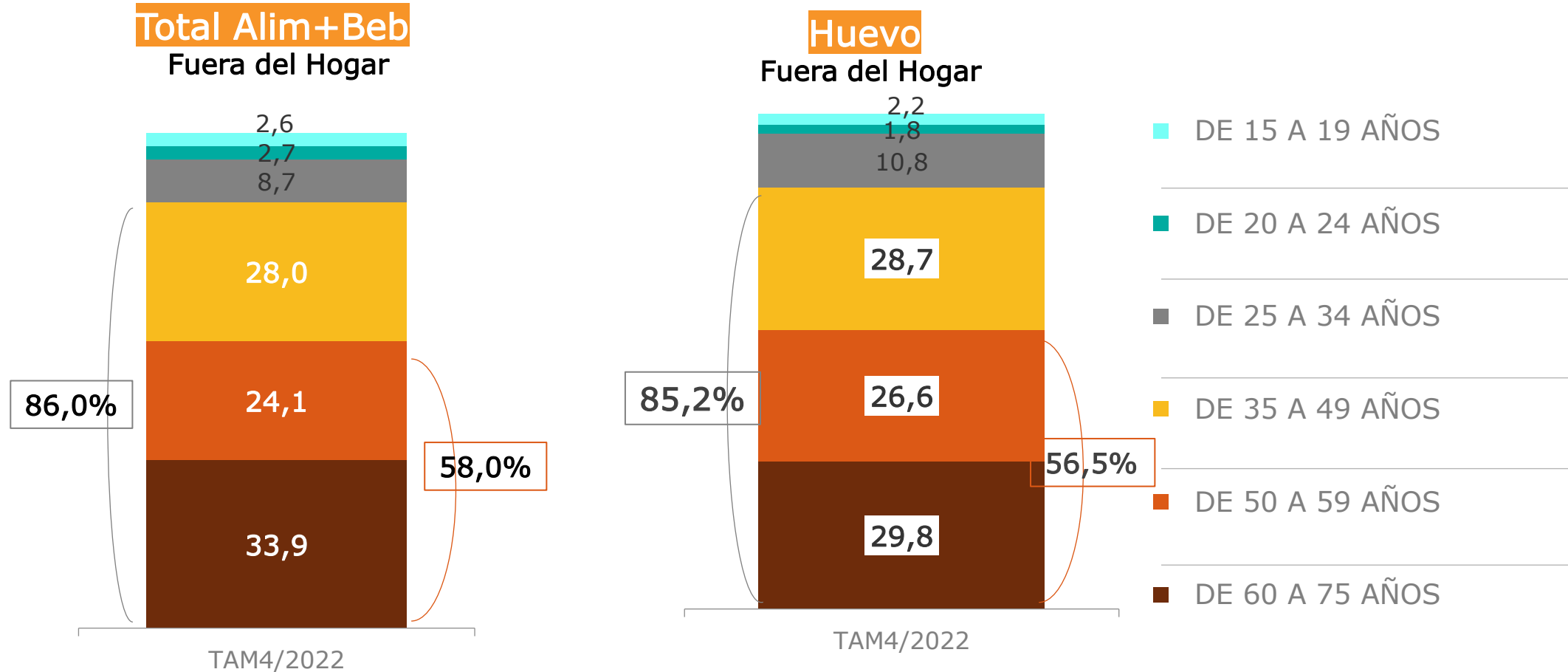
2.

¿Quién consume huevo en Horeca?

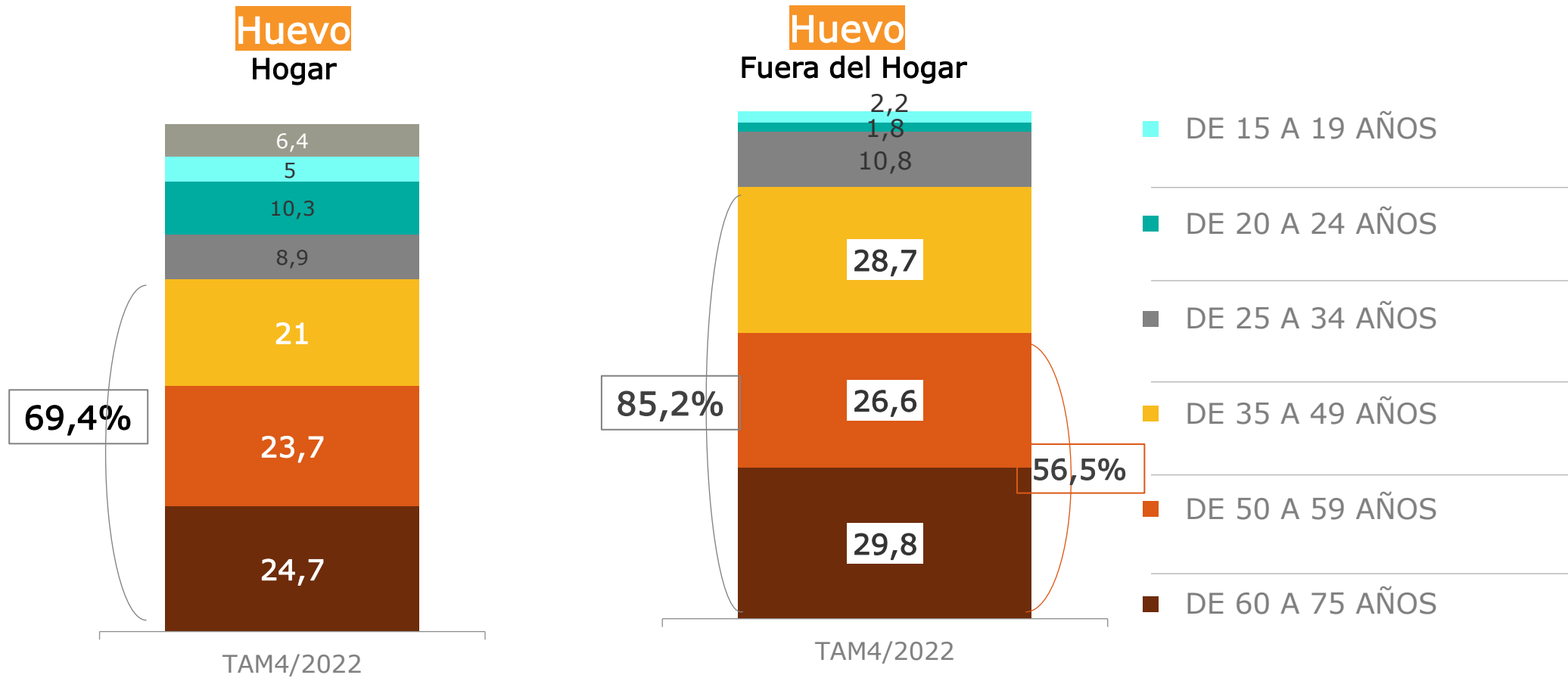
El consumo se concentra en las edades mayores: los consumidores >50años suponen el 56% de las ocasiones de consumo de huevo, y los >35años concentran el 85%



Ello es debido a la estructura de consumo fuera del hogar, donde predominan los consumidores más adultos



El consumo en el hogar es mucho más joven, comparativamente



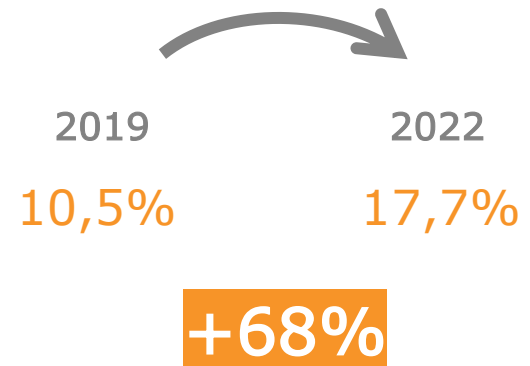
3.

¿Cuáles son los platos con huevo favoritos en HORECA?

La hamburguesa con huevo es la gran protagonista del crecimiento del huevo en la hostelería



Peso s/Total platos con huevo



La hamburguesa con huevo es la gran protagonista del crecimiento del huevo en la hostelería

Por el contrario, cae el peso de nuestros clásicos: tortilla y huevos fritos/estrellados



Peso s/Total platos con huevo

	2019	2022
	25,3%	19,3%
	-24%	

	2019	2022
	9,4%	7,9%
	-16%	

	2019	2022
	10,5%	17,7%
	+68%	

Este protagonismo ha sido recogido por las principales cadenas de restauración, que lo han promovido

Crecen también platos de carne con huevo y bocadillos



Nueva Signature Huevo Benedictine



SIGNATURE COLLECTION
 by McDonald's

2019	2022
11,1%	12,7%

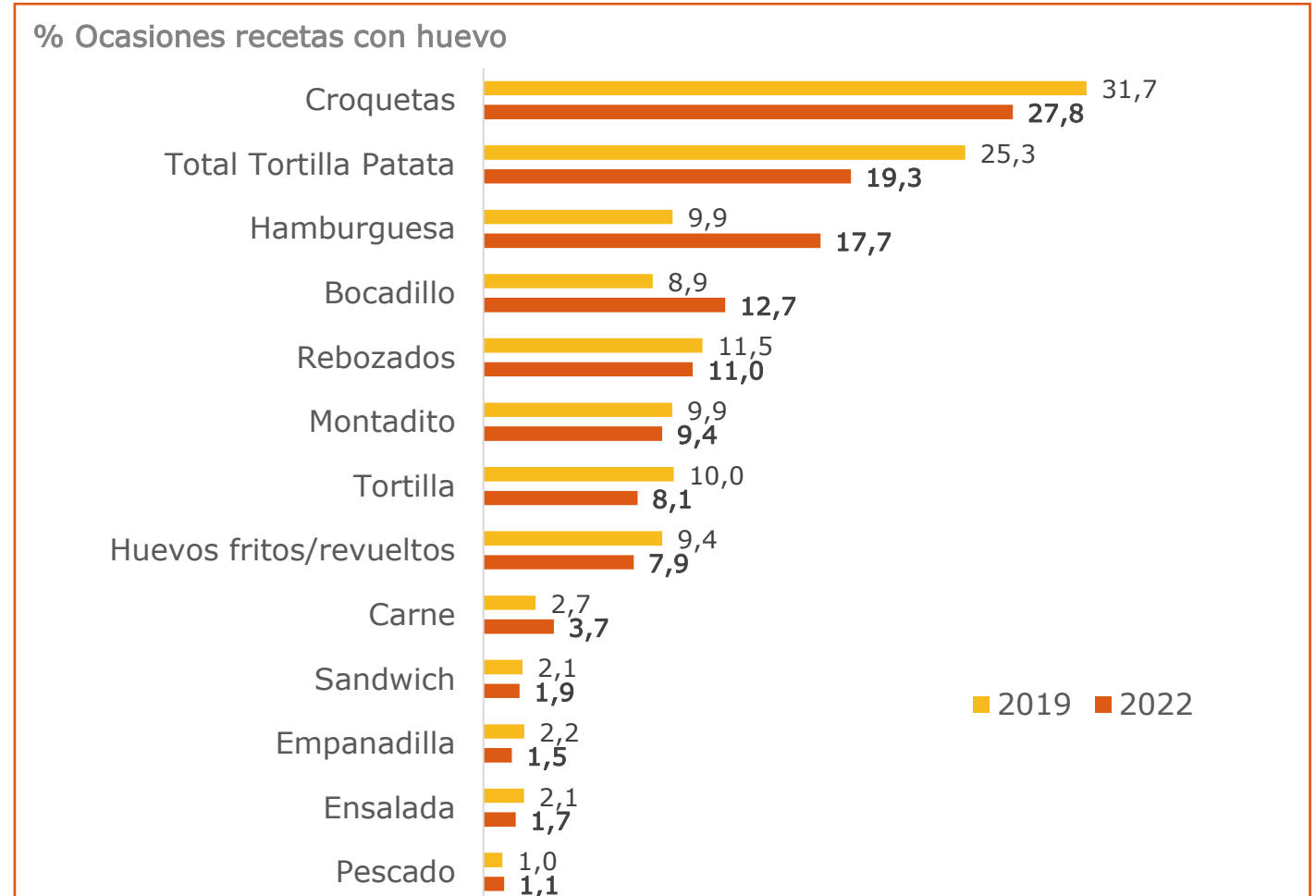
+14%

2019	2022
2,3%	3,7%

+59%

Pero las croquetas son el producto con huevo más presente en las cocinas de la restauración española

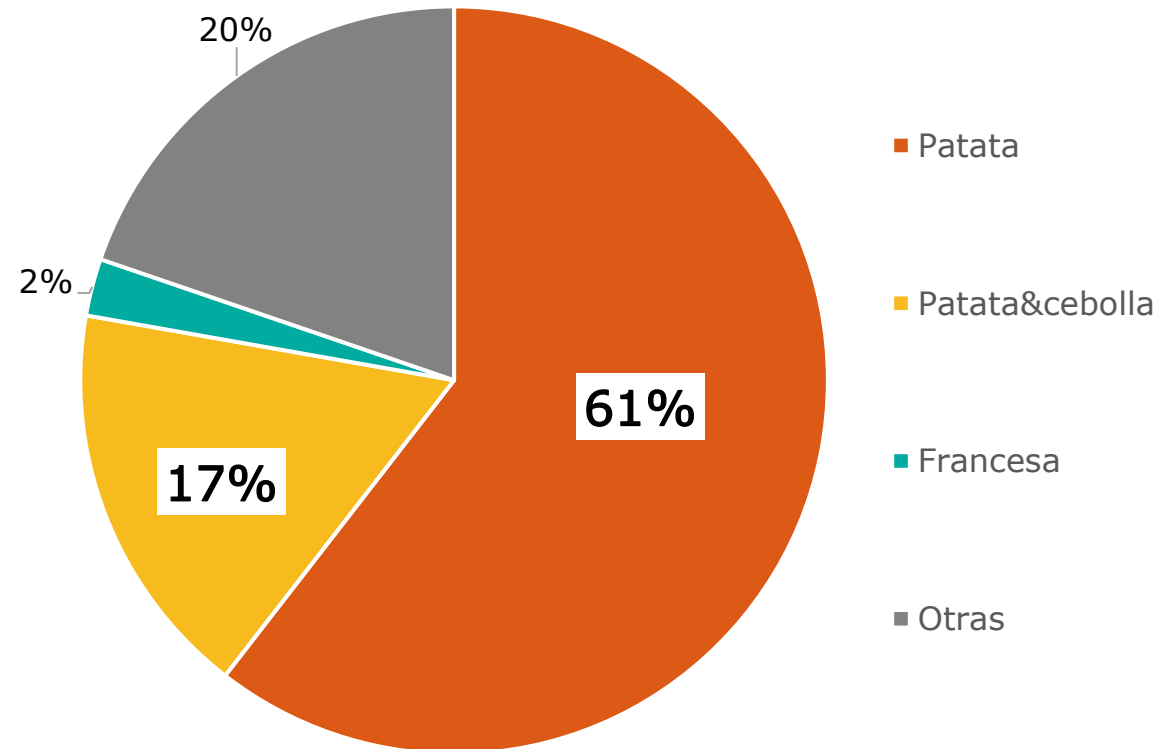
Aunque su peso cae paulatinamente del 31,7% en 2019 a menos del 28% en 2022



Total Tortilla Patata incluye las de plato+bocadillo+pincho/montadito

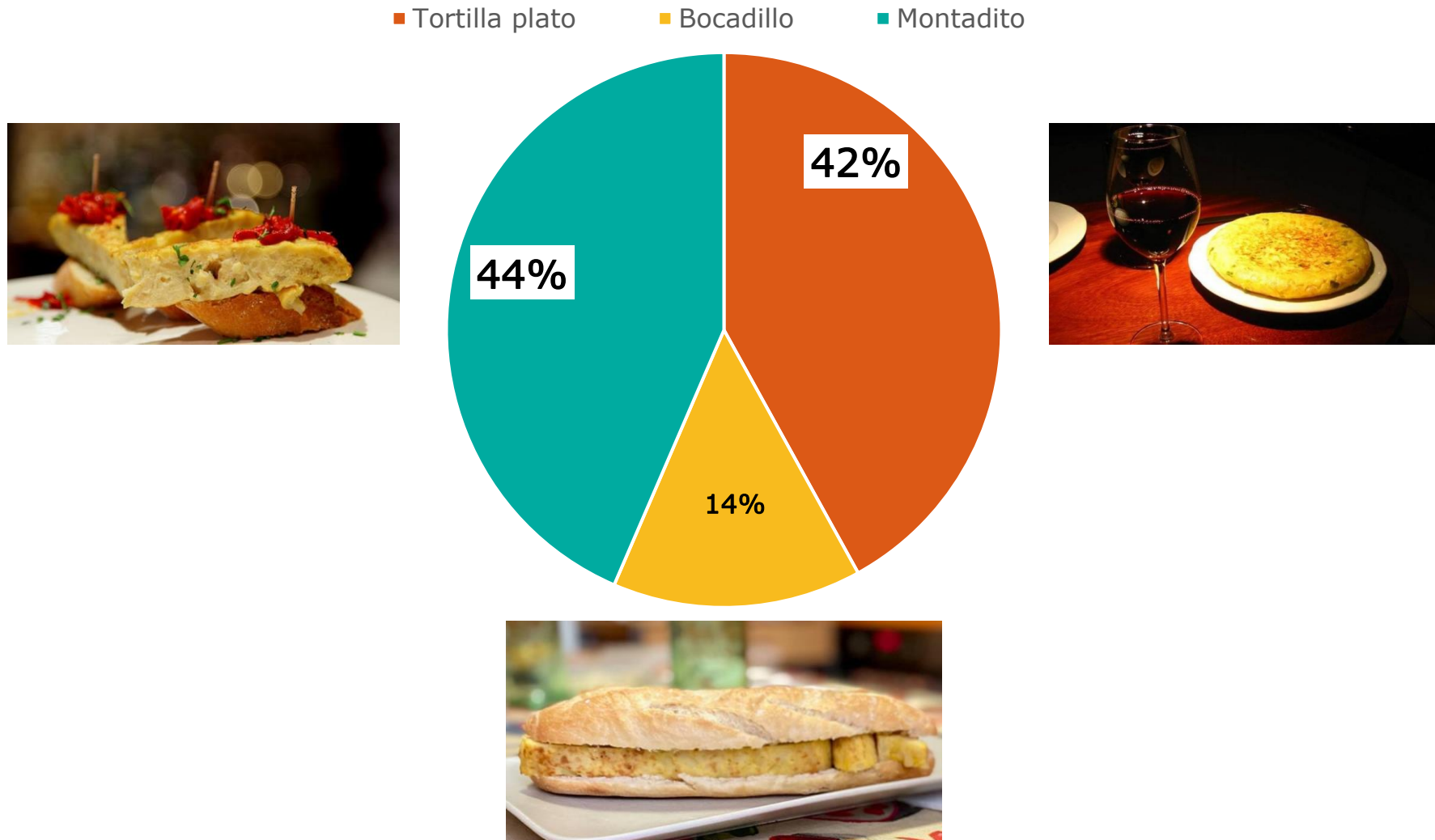
¿La tortilla de patata, ... ¿con o sin cebolla?

En la hostelería, la tortilla es sin cebolla: 6 de cada 10



La tortilla de patata, ... sobre todo en montadito/pincho

113 millones de ocasiones de tortilla al año



La imagen del huevo:

Actitudes, motivaciones y frenos al consumo

El huevo es un alimento con una gran diversidad de bondades para los consumidores

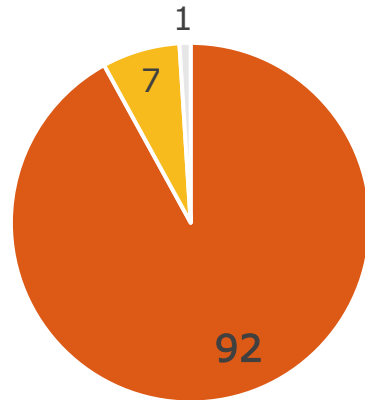
Versátil, nutricional y sabroso

El huevo sirve para muchos platos:

92%

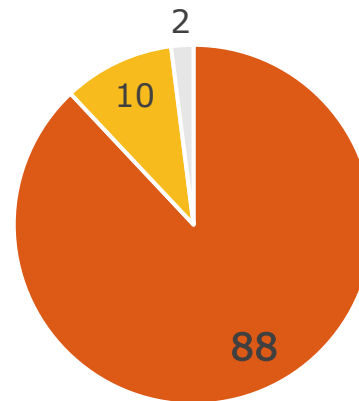
“bastante o totalmente de acuerdo”

- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo



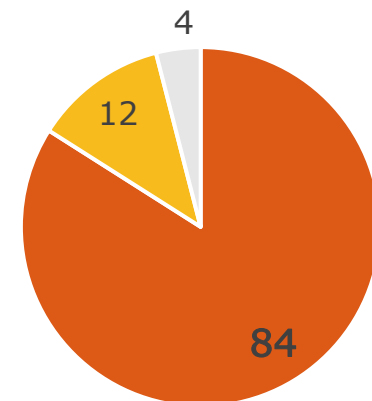
El huevo tiene muchos beneficios nutricionales:

88%



Me gusta el sabor del huevo, disfruto de comer huevos:

84%



Los mensajes enfatizados en la campaña de comunicación de 2022 y 2023 han logrado un impacto positivo sobre su percepción en salud y frecuencia de consumo



El huevo alimenta cuerpo y mente:

92%

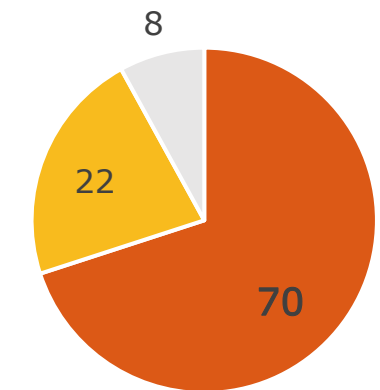
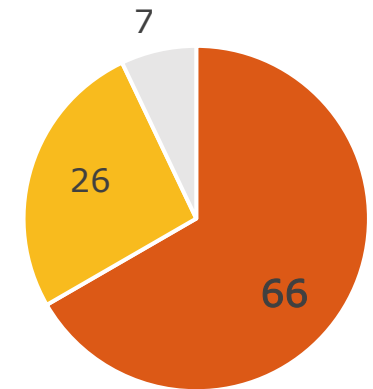
"algo, bastante o totalmente de acuerdo"

+2 puntos vs 2021

Es favorable para la salud consumir huevos varias veces por semana, incluso más de 3 veces por semana:

88%

+4 puntos vs 2021



- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo

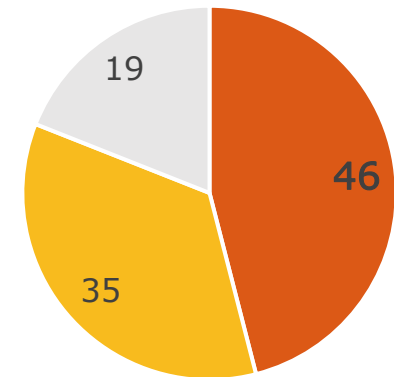
Es clave la mejora de percepción entre los padres en relación con el consumo para sus hijos



Soy padre/madre y creo que mis hijos podrían y/o deberían comer más huevos:

81%

“algo, bastante o totalmente de acuerdo”
(+5 puntos vs 2022)



- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo

Base: padres con hijos hasta 18 años

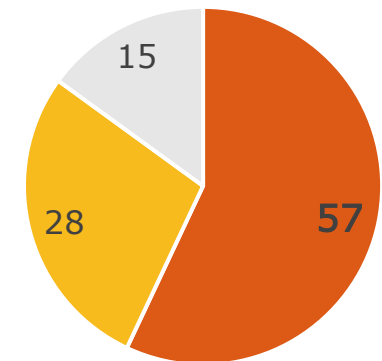
La percepción saludable también hace que crezcan los que consideran el huevo una opción ligera para la cena



*Los huevos forman parte de nuestra cena con frecuencia porque son una **opción ligera** por la noche:*

85%

“algo, bastante o totalmente de acuerdo”
(+4 puntos vs 2021)



- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo

A su vez, las barreras vinculadas a la salud son minoritarias

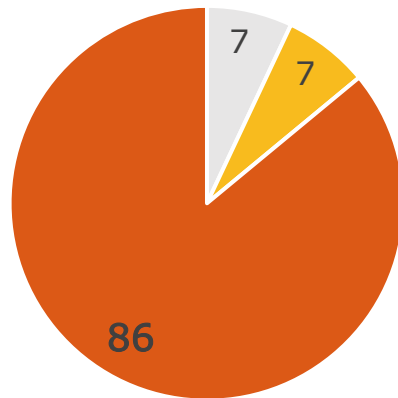
Los mitos en torno a posibles efectos negativos sobre la salud son ya poco relevantes para los consumidores

El huevo es perjudicial para la salud:

7%

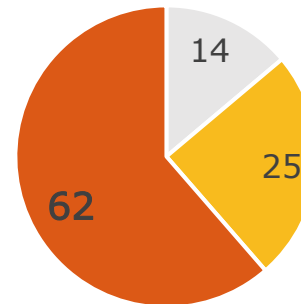
"bastante o totalmente de acuerdo"

- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo



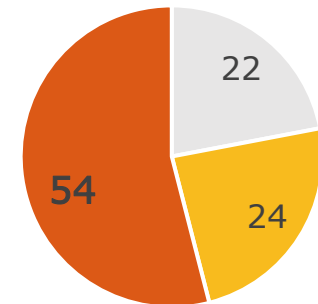
Creo que es malo para el colesterol:

14%



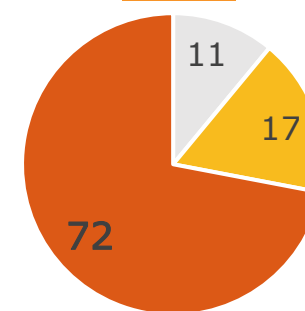
Creo que no hay que comer más de 3 huevos a la semana:

22%



Dicen que comer demasiado huevo les viene mal a los niños:

11%



Es un producto indispensable en los hogares

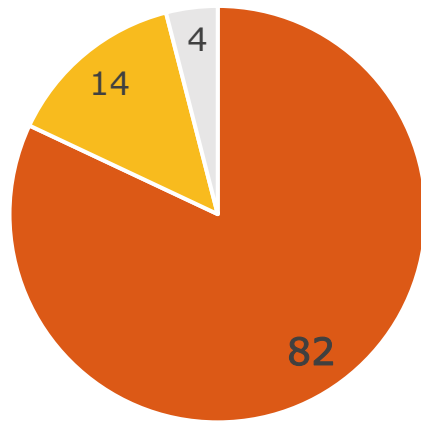
Los frenos que condicionan un mayor consumo son la búsqueda de la variedad y la falta de apetencia que existe en unos pocos.

Es indispensable tener siempre suficientes huevos en casa:

96%

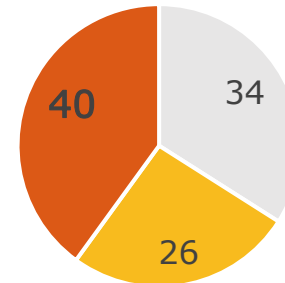
“totalmente, bastante o algo de acuerdo”

- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo



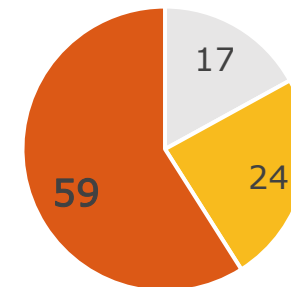
*Intentamos tener una **dieta variada** y siento que ya consumimos huevo en muchos platos (caseros o elaborados):*

34%



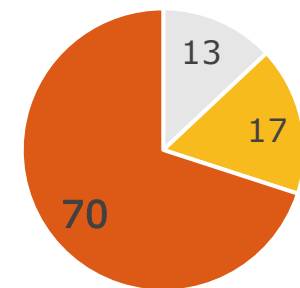
*Suelo optar por otras cosas que **me apetecen más** o que disfruto más:*

17%



*Me resulta **poco versátil**, lo uso para 2 o 3 cosas que tampoco voy a preparar todos los días:*

13%



- Totalmente o bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco o nada de acuerdo

Conclusión y reflexiones

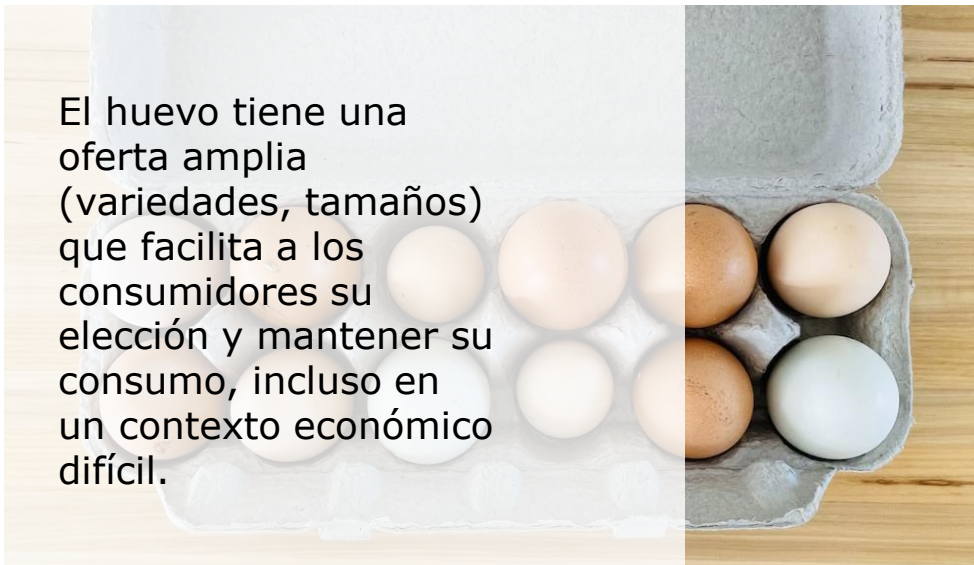
El huevo sigue alimentando y reforzando cuerpo y mente de los españoles, en el hogar y fuera de él



El mercado del huevo ha demostrado un fuerte crecimiento, manteniéndose sólido tras los vaivenes de la pandemia, la recuperación de la hostelería y la alta inflación, llegando a superar los 1.200 mio. de euros, y generando +376 mio. de crecimiento en los últimos 3,5 años.



El aumento de los precios de los alimentos ha beneficiado al huevo, en un contexto de búsqueda de proteínas alternativas a la carne y pescado. Pese a su incremento de precio sigue siendo una opción económica de proteína.

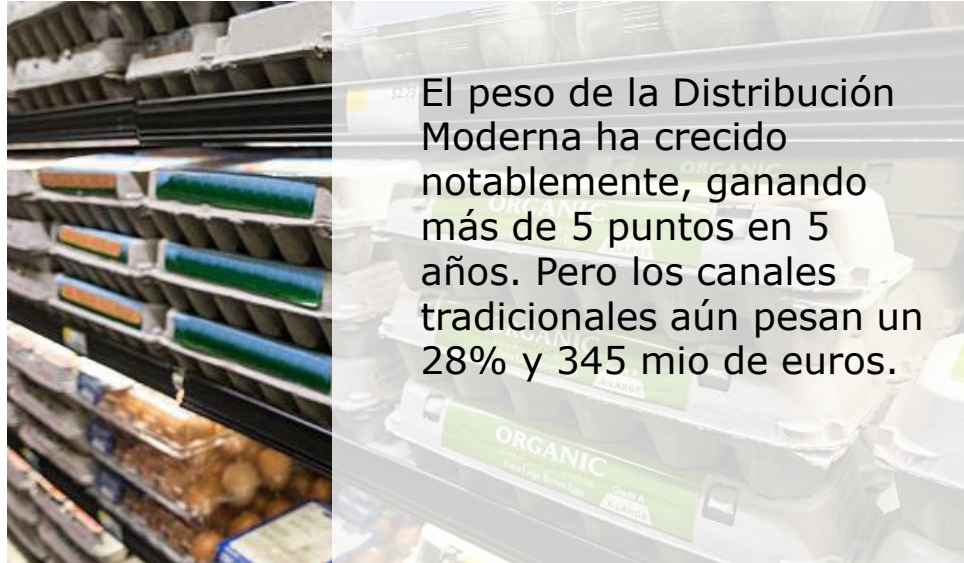


El huevo tiene una oferta amplia (variedades, tamaños) que facilita a los consumidores su elección y mantener su consumo, incluso en un contexto económico difícil.

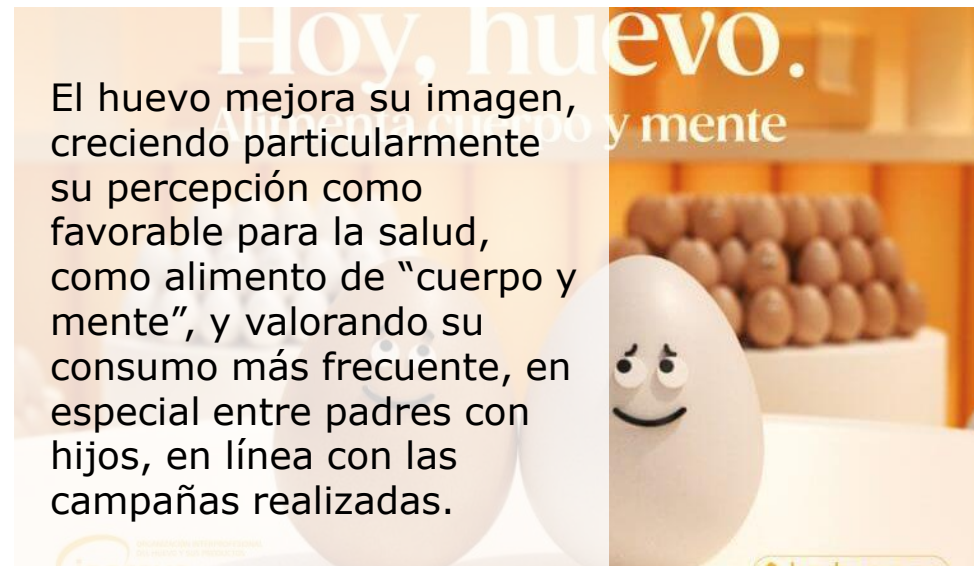
La opción de categoría "suelo" ha crecido, impulsada por su mayor presencia en los lineales, pese a su fuerte aumento de precio. Las categorías más caras han registrado aumentos más moderados, pero el contexto económico ha detenido su crecimiento.



El huevo sigue alimentando y reforzando cuerpo y mente de los españoles, en el hogar y fuera de él



El huevo crece en ocasiones de consumo en hogar, destacando en la tortilla de patatas como receta clave, y en el fuera del hogar, apoyado notablemente como "topping" de las hamburguesas.



Lantern[□]

Unlocking growth to design the future

www.lantern.es