

Quién cumple y quién se queda atrás en la transición a sistemas sin jaula

INFORME — 2025



 IGUALDADanimal

ÍNDICE

03

Introducción

04

Informes públicos
de minoristas y
productores

14

Conclusión



Foto: Sammantha Fisher

Introducción

Este informe tiene como objetivo evaluar el grado de cumplimiento real de los compromisos públicos adquiridos por los principales minoristas y productores de huevos en España, poniendo especial énfasis en las empresas con mayor cuota de mercado y, por tanto, con una mayor capacidad de influir en la cadena de suministro, el sector productivo y los consumidores.

A lo largo de 2025, Igualdad Animal ha publicado una serie de informes de seguimiento sobre el progreso de fabricantes, restaurantes y hoteles en la transición hacia sistemas de producción de huevos sin jaulas. En esta edición, presentamos una evaluación específica del grado de cumplimiento de los compromisos asumidos por los supermercados y productores en España, completando así el análisis de los principales actores de la cadena alimentaria.

Desde 2017, Igualdad Animal trabaja para promover políticas empresariales favorables a los animales y eliminar el uso de jaulas en la producción de huevos. Las gallinas enjauladas viven en condiciones

extremadamente crueles: no pueden extender completamente sus alas, caminar libremente ni acceder a la luz natural. Estas condiciones están asociadas a altos niveles de estrés, enfermedades, mortalidad y riesgos para la seguridad alimentaria.

La mayoría de las empresas estableció un plazo para alcanzar el 100% de huevos procedentes de sistemas sin jaulas antes de finales de 2025. Sin embargo, más allá del anuncio de compromisos, resulta fundamental la publicación periódica de **informes de progreso verificables**, que permitan evaluar el grado real de cumplimiento y garantizar la transparencia hacia los consumidores.

En España, a finales de 2025, el **64% de las gallinas, más de 31 millones**, seguían confinadas en jaulas, lo que evidencia que, pese a los avances, la transición aún está lejos de completarse. Los supermercados y los productores desempeñan un papel clave en la transformación del mercado. Algunos productores que todavía no han alcanzado el 100% han comenzado a publicar planes de inversión y calendarios de transición para los próximos años, con



el objetivo de no quedar rezagados respecto al resto del sector.

Este análisis se produce, además, en un contexto político relevante: en 2025, la Comisión Europea recogió las aportaciones de empresas, ciudadanía y otros actores interesados en el marco de la reforma de la legislación europea sobre bienestar animal, que incluye la eliminación progresiva de las jaulas.

Informes públicos de minoristas y productores

Este informe refleja qué supermercados y productores cumplen con su compromiso de transición a sistemas sin jaulas y cuáles no han informado públicamente sobre su progreso.

Algunas empresas figuran como “no informa”, aunque se muestran



porcentajes de progreso cuando estos corresponden a actualizaciones públicas anteriores. Otras compañías han comunicado que publicarán su información en una fecha posterior.

La información recogida está actualizada hasta el 22 de diciembre de 2025, por lo que algunos datos podrían haber variado con posterioridad. En el caso de ciertos productores, no se indica un plazo concreto porque, aunque no cuentan con un compromiso formal publicado en su web, su progreso hacia sistemas sin jaulas sí es público.

Empresas que han publicado su progreso sin jaulas

Han publicado información sobre su progreso: Marks & Spencer, Lidl, Ahorramás, Sánchez Romero, SuperSol, Condis, Masymas Supermercados, Froiz, Ametller Origen, Amazon, Transgourmet Ibérica (GM Cash, Suma, Proxim, Spar), Alimerka, Ikea, Sorli, Carrefour, Aldi España, El Corte Inglés, Alcampo, E. Leclerc, La Sirena, Costco Wholesale Corp,

Grupo Eroski, Mercadona, Makro (Metro), Consum y Gadisa.

Aldi España ha informado de un avance del 65% en 2024 al 89% en 2025 en el ingrediente de huevo. Aunque no ha alcanzado el 100% dentro del plazo comprometido, ha explicado que continuará trabajando para lograrlo en 2026.

El Corte Inglés ha pasado del 97% en 2024 al 99% en 2025 en el ingrediente de huevo, pese a haberse comprometido el 100% para ese año, sin facilitar información adicional sobre plazos o medidas correctivas.

Alcampo ha alcanzado el 68% en huevo fresco de productores y un 27% en huevo ingrediente en su plazo de 2025. Tras ser consultada, la empresa ha indicado que informará en 2026 sobre sus objetivos futuros.

E.Leclerc ha alcanzado el 100% en el ingrediente de huevo, pero se mantiene en un 60% en el huevo fresco de productores.

La Sirena ha incrementado su progreso en el ingrediente de huevo del 24% al 83%, pero ha modificado unilateralmente el plazo de cumplimiento de 2025 a 2026, sin consultar a las organizaciones con las que colaboró para publicar su compromiso en 2021.

Consum ha realizado una publicación en 2025, aunque, a diferencia de años anteriores, no ha facilitado porcentajes concretos, pese a encontrarse dentro de su plazo de cumplimiento.

Gadisa comunicó a las organizaciones nacionales que no alcanzaría el 100% dentro del plazo previsto. Tras un proceso de diálogo, se ha acordado una hoja de ruta hacia 2027, lo que constituye un ejemplo de comunicación transparente y colaboración constructiva.

Mercadona: incumplimiento, opacidad y responsabilidad como líder del mercado

Mercadona ocupa una posición central en el sistema alimentario español. Como **líder indiscutible del sector de la distribución**, su política de abastecimiento tiene un impacto directo en millones de gallinas,

decenas de proveedores y millones de consumidores. Precisamente por ello, su compromiso público de eliminar las jaulas antes de finales de 2025 generó una expectativa legítima de liderazgo y coherencia.



Sin embargo, los datos recogidos en este informe muestran que **Mercadona no ha cumplido su compromiso**.

En 2025, la empresa ha publicado únicamente un **65% de progreso en huevo fresco de productores**, sin informar sobre aspectos esenciales para evaluar el cumplimiento real de su política, como:

- El porcentaje de eliminación de **sistemas combinados**,
- El uso de **huevo ingrediente** en productos de marca propia,
- Ni la existencia de una **hoja de ruta con objetivos, plazos y medidas correctivas**.

Esta falta de información impide a los consumidores conocer el alcance real del compromiso y contrasta con la actuación de otras cadenas que, aun no habiendo alcanzado el 100%, han optado por **informar con mayor transparencia y publicar calendarios de transición**.

El incumplimiento de Mercadona resulta especialmente grave en un contexto en el que:

- El plazo mayoritario vencía **antes de finales de 2025**,

- Más del **64% de las gallinas en España siguen enjauladas**,
- Y la eliminación de jaulas es un objetivo reconocido a nivel europeo en el marco de la reforma de la legislación de bienestar animal.

Ante la falta de información pública y de respuestas claras por parte de la empresa, **Igualdad Animal ha intensificado su labor de incidencia y movilización ciudadana**, exigiendo a Mercadona que rinda cuentas y cumpla su palabra.

Empresas que no han informado de su progreso

No han publicado información sobre su progreso sin jaulas: Grupo DIA, Bonpreu, Grupo Uvesco e Hiperdino.

Resultados generales

De los **31 supermercados con compromiso de eliminar las jaulas de su cadena de suministro de huevo en España**, el **87% ha publicado información sobre su progreso en 2025**. De estas empresas, el **48% ha**

alcanzado el 100% de huevos sin jaulas. No obstante, el 45% no ha cumplido el plazo comprometido para 2025 (14 empresas).

El 90% de las empresas se sitúa por encima del 50% de progreso y el 61% supera el 75% con plazo en 2025.

En el caso de los productores, la situación es similar: la mayoría no ha alcanzado el 100% dentro del plazo previsto. Ante este escenario, **Grupo Huevos Guillén** ha publicado sus objetivos para los próximos años, ofreciendo información clara a sus clientes.

Definición de categorías









- **Huevo fresco:** huevos enteros y crudos con la cáscara intacta.
- **Huevo ingrediente:** huevos que representan el 1% o más del producto, en forma procesada o líquida (yemas, claras, huevos secos, sólidos, mezclas, productos precocinados, etc.).
- **No uso de sistemas combinados:** porcentaje de eliminación de estructuras multinivel que confinan y limitan el movimiento de las gallinas.












- **No informa:** la empresa no divulga información pública sobre su progreso.
- **No aplica:** la categoría no es utilizada por la empresa.

Se puede acceder a la publicación de cada empresa haciendo clic en su logotipo.










Minoristas





EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO (MARCA PROPIA)	HUEVO FRESCO (MARCA PRODUCTORES)	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
MARKS & SPENCER	✓	100%	100%	100%	100%	2017
	✓	100%	100%	100%	100%	2018
	✓	100%	100%	No informa	No informa	2018
	✓	100%	100%	100%	100%	2019
	✓	100%	100%	100%	100%	2019
	✓	100%	100%	No informa	No informa	2019
	✓	100%	100%	100%	100%	2021
	✓	100%	100%	100%	100%	2022
	✓	100%	100%	100%	100%	2023

Minoristas










EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO (MARCA PROPIA)	HUEVO FRESCO (MARCA PRODUCTORES)	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
	✓	100%	100%	100%	100%	2025
	✓	100%	100%	100%	100%	2025
	✓	100%	100%	100%	100%	2025
	✓	100%	100%	100%	100%	2025
	✓	100%	100%	No informa	No informa	2025
	✓	100%	100%	100%	100%	2025
	✓	100%	100%	No informa	No informa	2025
	✓	100%	No aplica	89%	89%	2025
	✓	100%	99%	No informa	99%	2025

Minoristas










EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO (MARCA PROPIA)	HUEVO FRESCO (MARCA PRODUCTORES)	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
 La Sirena	✓	No aplica	100%	83%	No informa	2025
 Alcampo	✓	100%	68%	27%	68%	2025
 E.Leclerc	✓	100%	60%	100%	No informa	2025
 EROSKI	✓	63%	63%	15%	63%	2026
 MERCADONA	✓	No aplica	65%	No informa	No informa	2025
 makro	✓	62%	No informa	62%	62%	2025
 consum COOPERATIVA	✓	55%	55%	12%	No informa	2025
 gadisa RETAIL	✓	50%	80%	No aplica	100%	2027
 lupa	✓	50%	50%	No informa	No informa	2025

EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO (MARCA PROPIA)	HUEVO FRESCO (MARCA PRODUCTORES)	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
	×	50%	75%	No informa	58%	2025
	×	No informa	No informa	No informa	No informa	2025
	×	No informa	No informa	No informa	No informa	2025
	×	No informa	82%	No informa	No informa	2025



Productores

EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
	✓	100%	100%	100%	2022
	✓	100%	100%	100%	
	✓	100%	100%	100%	2025
	✓	96%	96%	96%	2025
	✓	80%	80%	80%	
	✓	75%	No informa	No informa	2028
	✓	74%	74%	74%	2025
	✓	70%	70%	70%	
	✓	60%	No aplica	60%	2025

Productores

EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
	✓	60%	60%	60%	
	✓	54%	54%	No informa	2025
	✓	54%	No aplica	54%	2025
	✓	51%	51%	51%	
	✓	50%	50%	50%	
	✓	50%	50%	50%	
	✓	40%	40%	40%	2025
	✓	40%	40%	40%	
	✓	35%	35%	35%	2025

Productores

EMPRESA	INFORMA	HUEVO FRESCO	HUEVO INGREDIENTE	NO USO DE SISTEMAS COMBINADOS	PLAZO FINAL
 HEVO Group	✓	32%	32%	No informa	2025
 MARCOPOLO COMERCIO	✓	30%	30%	30%	
 GRANJA HIMA	✗	No informa	No aplica	No informa	2023
 Granja Martínez	✗	No informa	No aplica	No informa	2023

Conclusión

Los resultados muestran avances relevantes: un alto nivel de reporte por parte de los supermercados y porcentajes significativos de progreso hacia sistemas sin jaulas. Casi la mitad de las empresas ha alcanzado ya el 100%.

Sin embargo, resulta especialmente preocupante que **casi la mitad de las compañías no haya cumplido el plazo comprometido**. Entre ellas destaca el caso de **Mercadona**, líder en ventas en España, que no solo ha incumplido su promesa, sino que además no ha informado de forma completa ni transparente a sus clientes ni ha publicado objetivos claros para los próximos años.

Cuando una empresa con una posición dominante en el mercado no cumple sus compromisos ni rinde cuentas públicamente, envía una señal negativa al sector y retrasa la eliminación de uno de los sistemas más crueles de la ganadería industrial.

El plazo era antes de finales de 2025. No resulta aceptable posponer la rendición de cuentas alegando balances futuros. Las empresas que no han cumplido deben **publicar de inmediato objetivos revisados, calendarios claros y medidas concretas**, garantizando información veraz y accesible para los consumidores.





 IGUALDADanimal