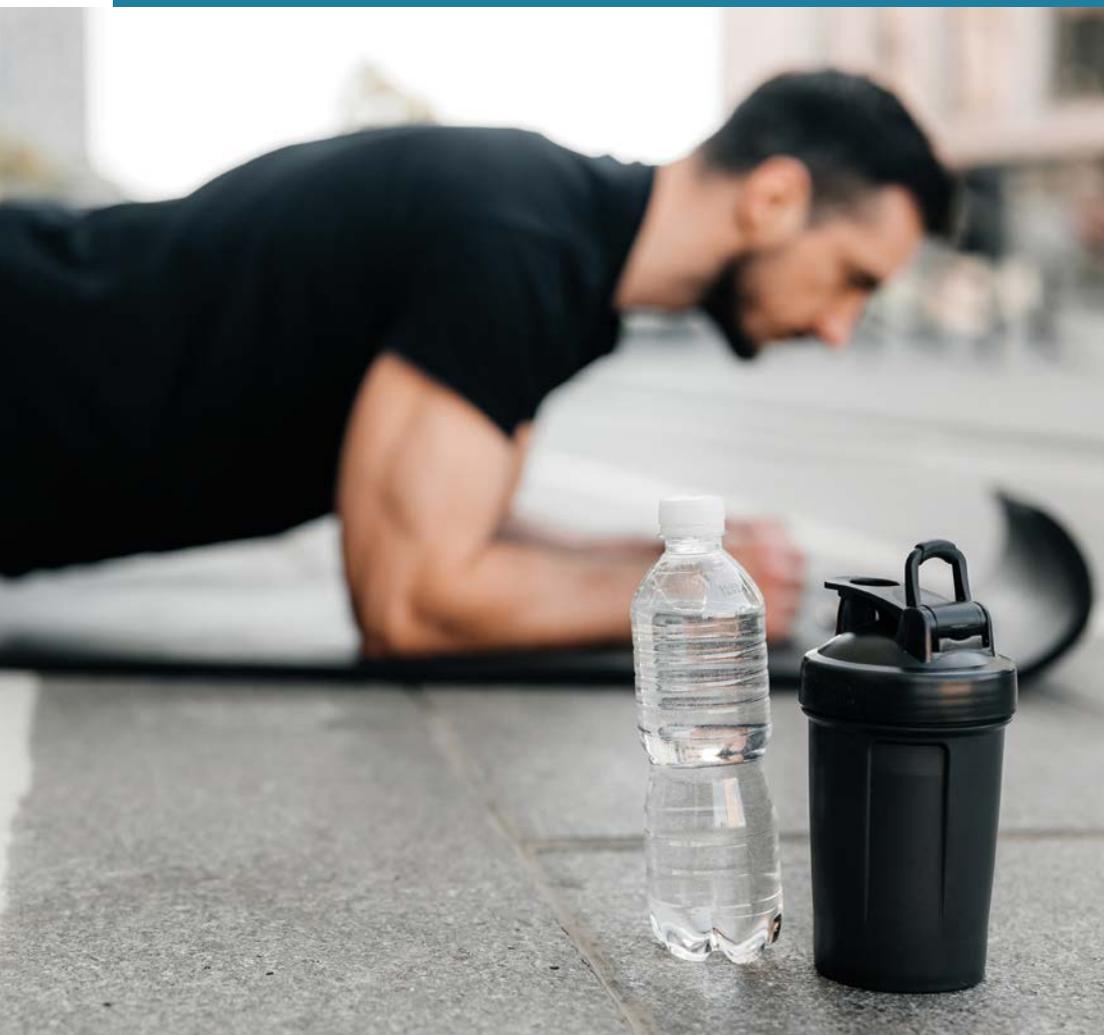




ESCÚCHALO

# El segmento de nutrición deportiva crece por la demanda de productos premium y personalizados

MIENTRAS LAS BARRITAS ENERGÉTICAS ENFRENTAN UNA LEVE CAÍDA EN UNIDADES VENDIDAS, LAS BEBIDAS ENERGIZANTES Y OTROS SUPLEMENTOS DEPORTIVOS ESTÁN GANANDO TERRENO GRACIAS A SU FUNCIONALIDAD Y CONVENIENCIA. ASÍ LO DEMUESTRA EL CRECIMIENTO EN VALOR DE LA CATEGORÍA (17,2 %), QUE CONSOLIDA FINISHER DE KERN PHARMA COMO LÍDER DE VENTAS EN LAS FARMACIAS ESPAÑOLAS.



**E**l mercado de alimentos y bebidas deportivas, en especial aquellas energizantes, ha crecido en los últimos años a causa de la creciente conciencia sobre la nutrición, el bienestar físico y el rendimiento deportivo. En este contexto, las marcas se adaptan rápidamente a las demandas de los consumidores, que no solo buscan productos para mejorar su rendimiento, sino que también se interesan por opciones más saludables, naturales y funcionales. Los datos de ventas en el periodo acumulado hasta mayo de 2025, proporcionados por IQVIA (*National Sell Out Monthly*, FLEXVIEW), muestran un crecimiento en valor del mercado de comida y bebida deportiva en España, pero con diferencias en la evolución de cada categoría.

## Mercado de comida y bebida deportiva

Las barras energizantes han sufrido una disminución del 4,1 % en unidades vendidas, lo que indica una desaceleración en la demanda de estos productos. Sin embargo, el valor ha aumentado un 0,4 %, sugiriendo que las marcas que logran mantenerse en este segmento están incrementando su precio promedio, debido a mejoras en la calidad o la percepción del valor añadido de sus productos.

Las barras, tradicionalmente populares por su conveniencia, están perdiendo terreno frente a otras opciones líquidas o fácilmente digeribles, como las bebidas energéticas. Esto podría estar relacionado con las preferencias cambiantes de los consumidores, quienes ahora se inclinan por formas más rápidas y eficientes de obtener energía durante entrenamientos largos o competiciones.

### Un sector en expansión

Uno de los segmentos más destacados es el de las bebidas energizantes, que han registrado un aumento del 11,4 % en unidades y del 24,2 % en valor. Este crecimiento es un resultado de la tendencia de los consumidores a optar por bebidas que mejoran el rendimiento y ayudan en la recuperación muscular, además de hidratar. De esta forma, las bebidas deportivas están ganando popularidad frente a otros productos como las barras, ya que permiten una hidratación más rápida y una entrega inmediata de nutrientes como carbohidratos y electrolitos.

Por lo tanto, las bebidas energéticas se encuentran entre los productos más consumidos por los deportistas que buscan un impulso rápido de energía, sin comprometer la hidra-

tación o el equilibrio electrolítico durante el ejercicio. Las opciones de bebidas isotónicas, con un alto contenido en sodio y otros electrolitos, han demostrado mejorar el rendimiento en deportes de resistencia.

### El auge de los productos energizantes

El segmento de otros productos para deporte, que incluye geles energéticos, polvos de proteínas y suplementos de aminoácidos, ha mostrado una evolución positiva del 1,6 % en unidades y del 15,4 % en valor. Este segmento refleja el creciente interés por las soluciones más personalizadas para el rendimiento deportivo, que van más allá de las tradicionales barras y bebidas energéticas.

Por otro lado, los geles energéticos son populares en deportes de resistencia, como el maratón o el triatlón, donde los atletas necesitan reponer rápidamente la energía durante el transcurso de la competición. Asimismo, los suplementos de proteínas están en auge, impulsados por el interés de los consumidores en ganar masa muscular, mejorar la recuperación post-entrenamiento y optimizar su rendimiento.

### Crecimiento del mercado

Entre junio de 2024 y mayo de 2025, el mercado total de comida y bebida deportiva/energizante ha aumentado un 2 % en unidades y un 17,2 % en valor. Aunque la venta de unidades no se ha incrementado de manera exponencial, el valor ha subido debido a que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos de mejor calidad o por alternativas premium que ofrecen un mayor valor.

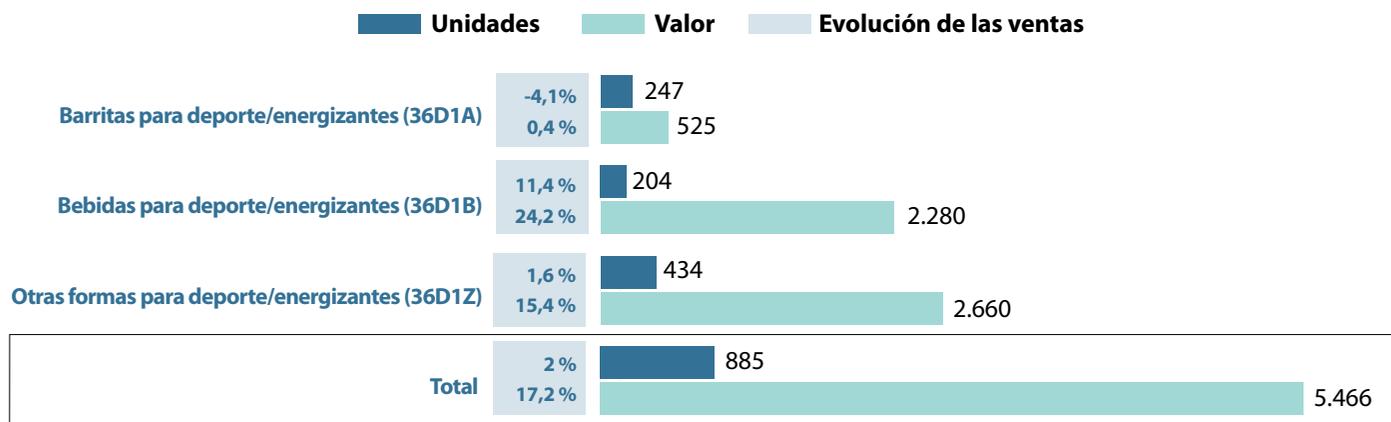
El incremento muestra que los consumidores escogen productos exclusivos con ingredientes de mayor calidad y menos aditivos artificiales. En este sentido, la transición hacia propuestas con ingredientes naturales y fórmulas innovadoras es un factor clave en la evolución de este mercado.

Existen varios factores que explican el crecimiento en valor del mercado de productos deportivos energizantes, y cómo este está afectando a la oferta y la demanda dentro de la industria:

- 1. Mayor conciencia sobre salud y bienestar.** Los consumidores están cada vez más informados sobre la importancia de una nutrición adecuada para mejorar el rendimiento físico. Los deportistas, sean profesionales o no, buscan mejorar su capacidad de entrenamiento y recuperación a través de suplementos y alimentos funcionales.
- 2. Aumento de la participación en deportes de resistencia.** La popularidad creciente de deportes como el *running*, el ciclismo o el triatlón está impulsando la demanda de productos específicamente diseñados para maximizar el rendimiento y la recuperación en entrenamientos largos y competiciones de resistencia.
- 3. Preferencia por productos naturales y funcionales.** En un mercado cada vez más consciente de los efectos de los alimentos procesados, los consumidores buscan productos que contengan

## MERCADO COMIDAS ENERGIZANTES PARA DEPORTE (36D)

VENTAS EN MILES (MAT 04/2025)



Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW. Periodo consultado: MAT 05/2025 (acumulado de los últimos 12 meses, desde mayo 2024 a abril 2025)  
Medidas: unidades vendidas y valores en € PVP (Precio de venta al público). Elaboración: IM Farmacias

menos azúcares, menos conservantes y más ingredientes naturales. Las bebidas energéticas, por ejemplo, están evolucionando hacia opciones más saludables, que incluyen electrolitos naturales, carbohidratos de absorción lenta y sabores naturales.

**4. Personalización de la nutrición deportiva.** El concepto de nutrición personalizada está ganando terreno en la industria. Los consumidores ya no buscan soluciones universales; quieren productos adaptados a sus necesidades específicas, ya sea para aumentar la resistencia, ganar masa muscular, o mejorar la recuperación.

**Retos y oportunidades**

El mercado de nutrición deportiva se caracteriza por una competencia intensa, en la que las empresas deben adaptarse constantemente para mantenerse a la vanguardia. Con una gran cantidad de marcas emergentes y productos nuevos que irrumpen cada año, la saturación de opciones para es cada vez mayor. Esta situación plantea un reto para las compañías que buscan destacar en un mercado que está en auge.

En este entorno competitivo, la innovación se ha convertido en un factor esencial que permite a las empresas satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores, enfocándose en tres aspectos clave: calidad, sostenibilidad y transparencia en los ingredientes.

Una de las principales oportunidades para las marcas dentro del mercado de la nutrición deportiva es la elección de ingredientes, como los adaptógenos (plantas que ayudan al cuerpo a adaptarse al estrés físico), los probióticos (que favorecen la salud intestinal) y las nuevas fuentes de carbohidratos de bajo índice glucémico. Estos ingredientes responden a la creciente demanda de productos más naturales y menos procesados. De la misma forma, existe una tendencia hacia las bebidas deportivas multifuncionales que combinan hidratación, energía y recuperación en una sola fórmula.

**Confianza del consumidor**

Otro desafío que enfrenta la industria de la nutrición deportiva es la regulación de los productos energizantes y suplementos deportivos. La creciente preocupación sobre la seguridad se ha convertido en un tema central tanto para las autoridades reguladoras como para los consumidores. En este sentido, los fabricantes deben cumplir con una serie de normativas locales e internacionales para garantizar que sus productos sean eficaces.

Las legislaciones en torno a los suplementos deportivos varían de un país a otro, lo que complica la producción para las marcas que operan en múltiples mercados. Así, las compañías se tienen que asegurar de que sus productos estén adecuadamente etiquetados y aprobados. A su vez, la confianza del consumidor es un aspecto que no puede pasarse por alto porque hoy en día están más informados y son más exigentes.

Aunque la conciencia sobre la importancia de la nutrición en el rendimiento físico está en aumento, muchos consumidores carecen de información detallada sobre qué productos son más adecuados para sus objetivos específicos y cómo funcionan. En consecuencia, las marcas pueden diferenciarse en el mercado al proporcionar información clara, accesible y basada en evidencia sobre los beneficios de sus productos.

Igualmente, la preocupación por el impacto ambiental y las prácticas de producción éticas está impulsando una tendencia hacia productos más sostenibles. Como resultado, los consumidores están interesados en marcas que adopten prácticas responsables, como el uso de envases reciclables o la obtención de ingredientes de fuentes éticas y sostenibles. Las empresas que implementen prácticas ecológicas, como la reducción de su huella de carbono, el uso de ingredientes orgánicos o el apoyo a iniciativas sociales, destacan frente a la competencia.

**Promoviendo la salud integral**

Además de los beneficios tradicionales de mejorar el rendimiento físico y la recuperación, los deportistas están buscando soluciones que ofrezcan beneficios adicionales para su salud general. La nutrición deportiva puede ir más allá de los aspectos físicos y enfocarse en la mejora del sistema inmune, la salud digestiva o la prevención de lesiones.

Este enfoque puede atraer a un público más amplio, que busca mejorar su bienestar. Los productos que abordan múltiples aspectos de la salud, como el fortalecimiento del sistema inmunológico o la mejora del bienestar digestivo, tienen el potencial de atraer a un comprador que tal vez no se consideraría un consumidor típico de productos deportivos, pero que valora los beneficios para la salud.

**TOP 5 LABORATORIOS**  
Según ventas en valores

Finisher Kern Pharma
Nutrisport
Faes Farma
Infisport
Siker Sports

**Alcance internacional**

Según los datos de un informe elaborado por Mordor Intelligence, el mercado global de nutrición deportiva tendrá una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 12,5 % en los próximos cinco años. El sector ha crecido por el incremento de consumidores más jóvenes, quienes han integrado el *fitness* como una prioridad en su rutina diaria. La apertura de más gimnasios y centros deportivos, especialmente en países como Estados Unidos, Brasil y México, ha permitido que más personas se introduzcan en rutinas de entrenamiento físico, fomentando el consumo de productos de nutrición deportiva.

La ingesta adecuada de nutrientes es un pilar en el rendimiento deportivo, ya que los carbohidratos, las proteínas y las grasas son esenciales para mantener niveles óptimos de energía y asegurar una correcta recuperación muscular. Los carbohidratos, siendo la principal fuente de energía para los músculos en actividad, son indispensables para evitar el cansancio prematuro. Por su parte, las proteínas ayudan en la regeneración y construcción muscular, mientras que las grasas son fundamentales para la producción hormonal y la salud celular.

Por otro lado, tal y como indican los estudios de Straits Research, el mercado mundial de nutrición deportiva, valorado en 49,60 mil millones de dólares en 2024, se expandirá con un aumento proyectado hasta los 94,30 mil millones de dólares en 2033. No obstante, el alto costo de los productos y las interrupciones en las cadenas de suministro siguen siendo barreras para la expansión del mercado. A pesar de estos desafíos, las oportunidades de innovación, como la inclusión de colágeno en los suplementos, están abriendo nuevas posibilidades para las marcas en un mercado global en crecimiento. ➕