



## PROTEÍNA IMPULSA LA NUTRICIÓN ACTIVA EN 2026:

### TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

*La proteína consolidó su paso de nicho deportivo a motor transversal de innovación en bienestar, con crecimiento sostenido en suplementos, bebidas listas para tomar y snacks funcionales.*

**L**a proteína sigue siendo el macronutriente más asociado con la nutrición activa y de desempeño, pero en 2026 su alcance ya supera con claridad el universo del gimnasio. En 2025, las ventas de suplementos proteicos y reemplazos de comida crecieron 13% en unidades y 12,4% en valor, mientras que solo los suplementos de proteína generaron US\$8.600 millones.

El dinamismo también se trasladó a los formatos. Las bebidas listas para tomar con proteína pasaron de US\$6.000 millones en 2023 a US\$7.600 millones en 2025, con una tasa de crecimiento anual compuesta de 13% en los últimos dos años. A esto se suma una base de consumo recurrente: cerca de 40% de los hogares en Estados Unidos ya compra bebidas RTD y alrededor de 75% repitió la compra en el periodo analizado.

### LA PROTEÍNA DEJÓ DE SER EXCLUSIVA DEL DEPORTE

La proteína ya no opera únicamente como ingrediente técnico para atletas o usuarios intensivos de

suplementos. En 2026, su presencia se extiende a una lógica de bienestar más amplia, donde el consumidor busca funcionalidad, conveniencia y señales claras de aporte nutricional en categorías cotidianas.

Ese cambio explica por qué la proteína se convirtió en un ingrediente de valor agregado para múltiples formatos de alimentos y bebidas. Su incorporación permite elevar el posicionamiento de productos de consumo masivo, especialmente cuando la propuesta combina practicidad con beneficios asociados a saciedad, recuperación o balance nutricional.

Los datos de mercado muestran que este impulso no solo se concentra en categorías tradicionales. Junto con polvos y barras de bienestar, el crecimiento también está llegando a snacks altos en proteína, alternativas a las barras y propuestas emergentes como proteína clara y geles proteicos.

### **LOS FORMATOS GANADORES SE MUEVEN HACIA CONVENIENCIA Y NOVEDAD**

La evolución del formato es uno de los cambios más visibles dentro de la nutrición activa. Aunque el polvo sigue siendo una referencia central, el mercado está premiando soluciones más fáciles de incorporar a la rutina diaria, especialmente en contextos de consumo fuera del hogar.

Entre los formatos que ganan espacio aparecen snacks altos en proteína, productos colindantes con la panadería y nuevas categorías con mensajes de 15 g o más de proteína en cereales, chips, pretzels, galletas y pasteles. Esta expansión muestra que la proteína se está integrando en categorías tradicionalmente ligadas a indulgencia o conveniencia.

También emergen conceptos con fuerte capacidad de diferenciación, como las proteínas claras, los geles, los shots y las sodas con proteína. Son formatos que responden a consumidores que buscan funcionalidad sin reproducir necesariamente la experiencia tradicional del batido espeso o del polvo mezclable.

### **EL SUERO DOMINA, PERO ENFRENTA PRESIÓN DE COSTOS**

A pesar de la innovación en formatos, el polvo sigue ocupando un lugar estructural dentro de la nutrición

activa. El concentrado de suero mantiene el liderazgo con una participación de 43,3% y además impulsa la mayor parte de las ventas y del crecimiento, con un aumento interanual de 13,5%.

Detrás del suero aparece el colágeno en polvo, con 20,4% de participación y un crecimiento de 1,9%. En contraste, las proteínas vegetales registraron 16,0% de participación y una caída de 6,0%, mientras que las proteínas animales no derivadas del suero alcanzaron 4,1% con una baja de 5,9%, y las mezclas representaron 3,3% con un descenso de 0,2%.

Sin embargo, el liderazgo del suero no está exento de tensión. El precio por onza del whey protein powder aumentó alrededor de 8% desde 2025 hacia 2026, señal de que las presiones de costo empiezan a trasladarse con mayor claridad al precio en góndola.

### **OPORTUNIDADES PARA INNOVACIÓN EN PROTEÍNA FUNCIONAL**

El mercado de proteína funcional en 2026 presenta oportunidades para quienes buscan diferenciarse en un entorno competitivo. Las marcas que logran combinar ingredientes de calidad, conveniencia y mensajes claros sobre el aporte nutricional pueden ganar espacio en segmentos de consumo masivo y especializado.

El trabajo con proveedores de proteínas se vuelve estratégico para sostener la innovación, asegurar la estabilidad de los productos y responder a las expectativas del consumidor. Los equipos de desarrollo y marketing tienen la tarea de identificar formatos emergentes, ajustar el perfil sensorial y fortalecer la propuesta de valor en cada lanzamiento.

La proteína seguirá marcando el ritmo de la nutrición activa, pero el éxito dependerá de la capacidad para leer tendencias, anticipar cambios en el consumo y construir alianzas sólidas con la cadena de suministro. El escenario en 2026 exige agilidad, visión y un enfoque claro en el consumidor final.

