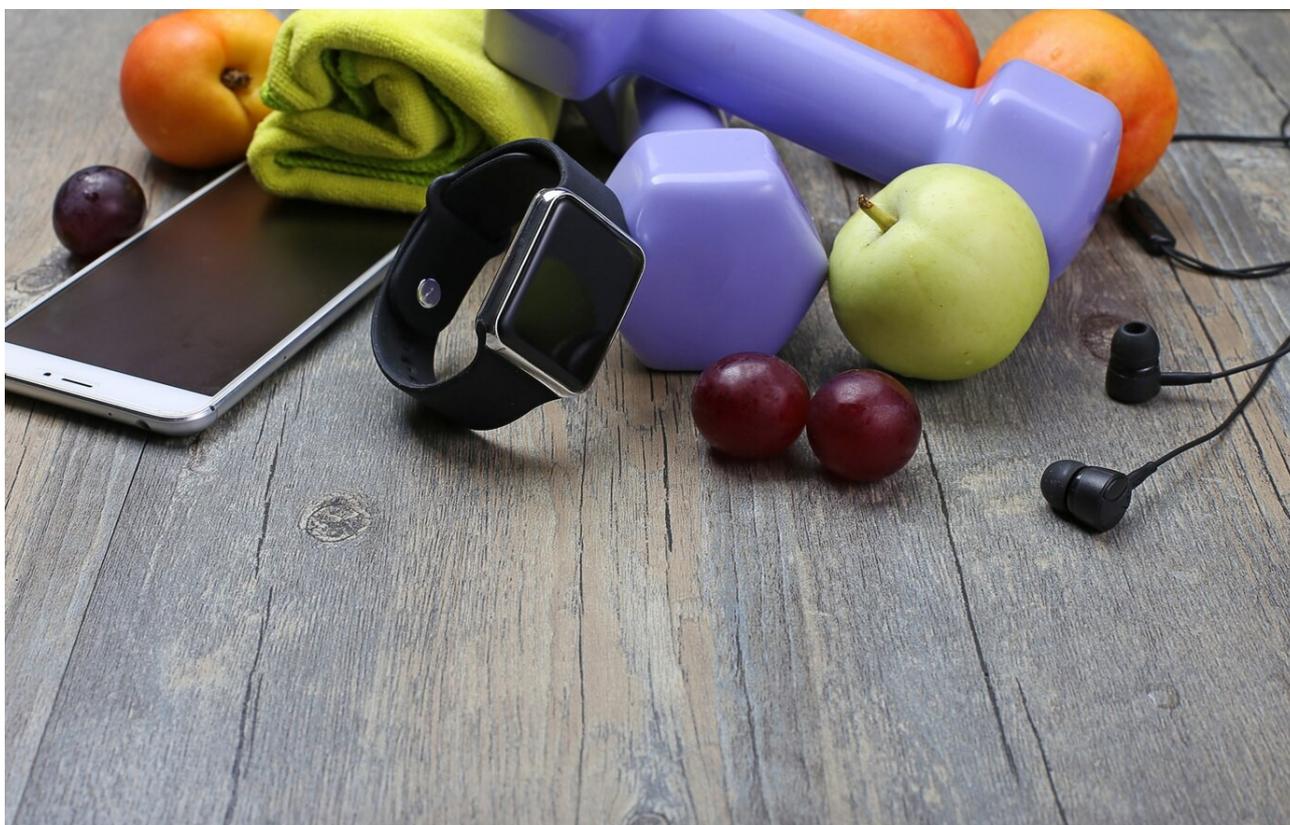


# Las Tendencias que Definen el Mercado Global de Bienestar de 4.8 Billones de Dólares en 2024



El mercado global de bienestar, valorado en **4.8 billones de dólares**, está experimentando **cambios significativos**. Basado en la investigación de McKinsey, su última encuesta sobre el Futuro del Bienestar revela que los consumidores están **asumiendo un mayor control sobre su salud** y esperan que las empresas les ofrezcan **soluciones eficaces con base científica**, especialmente entre los "Milenial" y la Generación Z".

En esta encuesta, fueron estudiadas las **cinco tendencias que determinarán la salud y el bienestar de los consumidores en 2024**. Aquí están los aspectos clave encontrados:

- **Prioridad en la Salud en el Hogar:** La pandemia de COVID-19 ha impulsado la

adopción de kits de pruebas en casa. Los consumidores ahora buscan kits para detectar deficiencias vitamínicas, síntomas de resfriado y niveles de colesterol desde la comodidad de su hogar.

- **Biomonitorización y Dispositivos Portátiles:** Los dispositivos wearables y la monitorización de datos biométricos están ganando terreno. Los consumidores buscan soluciones que les ayuden a rastrear su salud y bienestar de manera más precisa.
- **Personalización a través de la Inteligencia Artificial Generativa:** La IA generativa permite adaptar las recomendaciones de bienestar a las necesidades individuales. Los consumidores buscan soluciones personalizadas basadas en datos.
- **Validación Clínica sobre Etiquetas “Limpias”:** Los consumidores prefieren soluciones respaldadas por evidencia científica sólida en lugar de etiquetas de productos “limpios”. La eficacia clínica es crucial.
- **Confianza Renovada en las Recomendaciones Médicas:** Los consumidores confían cada vez más en las recomendaciones de los médicos. Las empresas deben colaborar con profesionales de la salud para ofrecer soluciones efectivas.

Así mismo, se dieron a conocer las **Siete áreas de crecimiento en el espacio del bienestar**, destacando algunas como:

1. **Salud de la Mujer:** las compras de productos relacionados con la salud femenina están en aumento. Los **consumidores gastan más** en productos relacionados con la menopausia y el embarazo. En este ámbito, los dispositivos portátiles, como los wearables, pueden rastrear señales fisiológicas para identificar ventanas de fertilidad óptimas.
2. **Envejecimiento Saludable:** La demanda de productos y servicios que apoyan el envejecimiento saludable y la longevidad está en aumento. La **medicina preventiva y la tecnología de salud** (como la telemedicina) impulsan este crecimiento.
3. **Control del Peso:** Aunque el ejercicio sigue siendo la intervención de control de

peso más común, **más del 50% de los consumidores** estadounidenses consideran que la **medicación con receta es un método "muy eficaz"**.

4. **Entrenamiento personal:** Aproximadamente el 50% de los estadounidenses que van al gimnasio consideran que el fitness **forma parte de su identidad**. Las **clases de fitness en persona y el entrenamiento personal** son las principales áreas en las que los consumidores prevén aumentar el gasto.
5. **Salud intestinal:** Un tercio de los consumidores estadounidenses, un tercio de los británicos y la mitad de los chinos afirman que desearían que hubiera **más productos en el mercado** para mejorar su salud intestinal. Los **análisis del microbioma en casa y la nutrición personalizada** son dos ámbitos en los que las empresas pueden aprovechar el creciente interés por este segmento.
6. **Salud sexual:** La ampliación del debate cultural sobre la sexualidad, las mejoras en la educación sexual y el creciente apoyo a los problemas de salud sexual femenina (como la libido baja, la sequedad vaginal y el dolor durante el coito) han contribuido al crecimiento de la demanda de productos de salud sexual.
7. **Sueño:** el **37% de los consumidores** estadounidenses expresó su deseo de **contar con más productos y servicios relacionados con el sueño** y la atención plena, como los que abordan el funcionamiento cognitivo, el estrés y la gestión de la ansiedad.

En resumen, el bienestar se ha convertido en una prioridad global, y los consumidores exigen soluciones basadas en datos y ciencia. Como gestores deportivos, es fundamental estar al tanto de estas tendencias para adaptar estrategias y satisfacer las necesidades cambiantes del mercado.

**FUENTE:** [Mckinsey](#)

**Link to Original article:** <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=315641>