

La bebidas energéticas reducen calorías

MILAGROS RODERO | 09/01/2017 | [Refrescos](#)



Las recientes medidas que gravan con un impuesto a las bebidas azucaradas en varios países europeos, entre ellos España, y las últimas recomendaciones de la OMS para frenar una epidemia de obesidad de proporciones globales debida al consumo de grasas y azúcares y a un estilo de vida sedentario, están llevando a **las marcas de refrescos a adaptar su oferta hacia las variedades sin azúcar.**

Acorde a esta nueva coyuntura y a las demandas de los consumidores -las bebidas light y sin azúcares suponen ya el **25% del mercado** de refrescos en España-, son varias las enseñas de bebidas energéticas que han lanzado en los últimos meses variedades sin azúcares. Así, la líder del mercado en volumen, 'Monster', ha presentado tres nuevas bebidas bajo el sello **'Zero': White, Red y Sunrise.** Desde la marca, distribuida por Coca-Cola desde febrero del año pasado, afirman haber conseguido grandes avances en distribución, especialmente en los canales de conveniencia y hostelería.

También Missile Energy Drink ha presentado la nueva **'Missile Zero'**, la octava referencia de la

marca, que cuenta con vitaminas B2, B6 y B12 y te da el apoyo energético extra que te pide tu día a día pero sin calorías. Y la madrileña Teseo Industrial y Comercio, que puso en el mercado un total de 4 M de latas en 2015, ha presentado su nueva enseña '**Eneryeti Zyro**', disponible en lata de 50 cl. También cuentan con referencias sin azúcares las marcas 'Red Bull', la variedad Sugar Free; y 'Burn', de Coca-Cola, con la variedad 'Zero', aunque llevan más tiempo en el mercado.

La categoría de bebidas energéticas es una de las más dinámicas en innovación dentro del sector de refrescos. En 2015 **su consumo creció un 5,6% hasta alcanzar los 96,5 MI** en España.

Alimarket