

Starbucks y Pascual sellan una alianza para reforzar la oferta de bebidas con proteína

14.9.2026 - | Pascual

- Incorpora Dinamic Protein de Pascual a la carta de Starbucks como nueva alternativa láctea, ampliando las posibilidades de personalización de sus bebidas.
- Con un mercado de la proteína que supera los 520 millones de euros en España y está presente en casi el 61% de los hogares.
- La alianza acerca esta macrotendencia a nuevos momentos de consumo fuera del hogar.

Starbucks® y Pascual anuncian una alianza para ampliar la oferta de bebidas con proteína en el sector de la restauración. A través de este acuerdo, Starbucks incorpora en la carta de sus tiendas **Dinamic Protein** de Pascual como **nueva alternativa láctea**, permitiendo integrarla en diferentes bebidas y ampliando así las posibilidades de personalización de sus clientes.

El acuerdo responde a la evolución del mercado de la restauración, **donde el auge de nuevos hábitos de consumo y el creciente interés por la proteína están abriendo nuevas ocasiones para esta categoría**. La proteína se ha consolidado como una tendencia mundial con una creciente penetración en España: se trata de un mercado que ya alcanza los **520 millones de euros con un crecimiento del +22% y que está presente un 61% de los hogares españoles**, según los últimos datos del sector. Ante este contexto, la alianza entre ambas compañías identifica una clara oportunidad para extender esta demanda madura en los hogares hacia el consumo fuera de casa.

Para dar respuesta a esta oportunidad, Starbucks integra Dinamic Protein de Pascual, una propuesta nutricional de leche enriquecida con la mayor cantidad de proteína del mercado (**64 gramos de proteína por cada litro**) y reforzada con 8 vitaminas y minerales. Su incorporación permite a los baristas de Starbucks preparar al momento nuevas propuestas con proteína y, al mismo tiempo, amplía las posibilidades para que los clientes personalicen sus bebidas habituales.

“Las mañanas son uno de los momentos más relevantes para Starbucks y también uno de los que mejor refleja cómo están evolucionando las preferencias de nuestros clientes. La alianza con Pascual nos permite responder a esa evolución sumando una nueva alternativa funcional a nuestra carta que combina su experiencia en innovación láctea con aquello que define la experiencia Starbucks: la calidad de nuestras bebidas, el craft de nuestros baristas y la posibilidad de personalizarlas”, explica **Antonio Romero, director general de Starbucks Iberia**.

Por parte de Pascual, la alianza consolida el consumo de proteína en el canal de la restauración organizada: “La leche alta en proteína de Dinamic Protein tiene un beneficio funcional diferencial, sin lactosa ni polifosfatos, que permiten una experiencia de sabor única en el mercado en las dos propuestas que hemos diseñado junto a Starbucks. Una alianza que va a democratizar el acceso de este tipo de bebidas funcionales de máxima calidad fuera del hogar”, señala **Juan Luis González Maroto, director general de Lácteos de Pascual**.

Valor añadido en la franja matutina y cultura de la personalización

La nueva alternativa con proteína se integra en uno de los elementos diferenciales de la experiencia Starbucks: la personalización. Actualmente, **6 de cada 10 clientes de Starbucks en España personaliza su bebida**, adaptando ingredientes y características a sus preferencias. La mañana

tiene además un peso especialmente relevante en este comportamiento. El 40% de los clientes visita Starbucks durante la franja de la mañana, momento en el que se sirven 6 de cada 10 Lattes y Capuccinos, las bebidas más vendidas de la marca, antes de las 12 del mediodía.

La llegada de Dinamic Protein amplía esa capacidad de elección de dos maneras. Por un lado, con dos nuevas propuestas, **Protein Latte y Protein Matcha**; y, por otro, como una nueva alternativa láctea que el cliente puede incorporar a otras bebidas de la carta y adaptar a sus preferencias.

Esta cultura de la personalización se extiende también en categorías en pleno auge como el Matcha, de los cuales el 20% ya se personalizan con proteína.

Estrategia de producto e impacto en la categoría

La colaboración se enmarca además en la campaña 'Practica el mañanismo con Starbucks', la evolución de la apuesta de Starbucks por uno de los momentos más importantes para la marca: las mañanas.

Mañanismo parte de una idea sencilla: **no existe una única forma de empezar bien el día**. Cada persona vive sus mañanas de una manera diferente y busca opciones que se adapten a sus gustos, su ritmo y sus preferencias.

En este contexto, la integración de Dinamic Protein de Pascual representa una nueva alternativa dentro de esa evolución y, al mismo tiempo, una oportunidad para seguir ampliando y diferenciando la oferta de Starbucks. La colaboración permite incorporar la proteína a nuevas ocasiones de consumo manteniendo elementos centrales de la propuesta de la marca como la calidad, el craft y la personalización.

Protein Latte y Protein Matcha ya están disponibles en los establecimientos Starbucks de España.

<https://www.calidadpascual.com/2026/09/14/starbucks-y-pascual-sellan-una-alianza-para-reforzar-la-oferta-de-bebidas-con-proteina>