

Vivesoy impulsa la innovación con una nueva bebida vegetal de avena y centeno rica en fibra

Datum 13.10.2026
Subjekt Pascual
Region Spain
Kategorie Companies, Consumer goods, Food industry

La nueva bebida combina avena y centeno cultivados en España y responde al creciente interés de los consumidores por la fibra y el bienestar¹. La propuesta ofrece un alto contenido en fibra, no contiene azúcares añadidos-contiene azúcares naturalmente presentes- ni aromas y presenta un sabor suave y equilibrado. El interés por la fibra se ha disparado en el último año: el 71% de los consumidores* afirma prestar atención a su ingesta de fibra.

Vivesoy, la marca de bebidas vegetales de Pascual, amplía su propuesta de alimentación funcional¹ con el lanzamiento de su **nueva bebida vegetal con un alto contenido en fibra** (3,5g de fibra por vaso, **+50% de fibra que otras bebidas de avena del mercado³**), elaborada a partir de **una combinación de avena y centeno**, con un sabor suave y equilibrado (sin azúcares añadidos - contiene azúcares naturalmente presentes- ni aromas).

Con esta propuesta, **Vivesoy Fibra**, la marca abre una nueva vía de innovación dentro de las bebidas vegetales, vinculada al papel que la fibra está adquiriendo en las decisiones de compra.

“La fibra está ganando relevancia en la alimentación diaria y las bebidas vegetales son una categoría perfecta para facilitar la ingesta de fibra en tu día a día. Con esta nueva propuesta de avena y centeno queremos ofrecer una opción con el mejor sabor, sencilla de incorporar a la rutina y elaborada con cereales cultivados en España”, **Juan Luis González, director general de Lácteos de Pascual.**

La nueva bebida vegetal combina dos cereales como la **avena y el centeno**, sin azúcares añadidos - contiene azúcares naturalmente presentes- ni aromas, y con un sabor suave y equilibrado. La innovación incorpora **únicamente materias primas cultivadas en España**: la avena proviene de **Aragón, Navarra, País Vasco y Castilla y León**; mientras que el centeno procede de cultivos de **Castilla y León**.

La fibra se consolida como una de las grandes tendencias de la alimentación

Este interés ya se refleja en los hábitos de compra: según Innova Market Research, **el 71% de los consumidores afirma prestar atención a su ingesta de fibra**, un porcentaje similar a quienes declaran vigilar el consumo de proteínas.

En los últimos años, hemos pasado de un beneficio de la fibra asociado tradicionalmente a **consumidores más mayores** a un territorio mucho más amplio relacionado con **el bienestar y la salud cotidiana de los consumidores**. Es decir, la fibra ya no es un beneficio de nicho, ahora es un ingrediente clave para un público mucho más grande de la población.

Además, este interés por la fibra contrasta con una importante brecha nutricional en nuestro país: la ingesta media de la población española, según el estudio ANIBES² coordinado por la Fundación Española de Nutrición (FEN), se sitúa en **13 gramos al día de fibra**, mientras que la ingesta recomendada tendría que llegar a los **25 gramos diarios**, de acuerdo con la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) y otras entidades científicas.

En este sentido, los consumidores han intentado rebajar esta brecha nutricional a través de categorías como los cereales o las galletas; y las marcas han incrementado sus mensajes promocionales sobre la fibra **un +7% interanual****.

La fibra, ingrediente clave en el cuidado

En este contexto, donde **el 89% de los consumidores*** considera que la salud intestinal es importante para el conjunto de su organismo**, la fibra está impulsando el crecimiento de categorías y productos que contribuyen al bienestar.

La relevancia de este nutriente también se refleja en los hábitos de compra. Según Innova Market Research, el **55% de los consumidores identifica la fibra como el ingrediente clave para su cuidado digestivo**.

Con este lanzamiento, Vivesoy reafirma su apuesta por la innovación y su capacidad para anticipar las tendencias emergentes del mercado, incorporando propuestas que responden a las nuevas demandas de los consumidores y contribuyen a impulsar la evolución de la categoría de bebidas vegetales en España.

¿Qué aporta un vaso de Vivesoy Fibra?

Vivesoy Fibra se ha diseñado siguiendo un modelo de Perfiles Nutricionales de elaboración propia que tiene en cuenta las necesidades y las carencias de la población adulta española, con el fin de ayudar a cuidar la salud¹ de esta población.

Un vaso de 250 ml de Vivesoy Fibra aporta:

- Alto contenido de fibra (3,5 g). 50% más de fibra que otras bebidas de avena³
- El 56 % de las necesidades de la Vitamina D⁴
- El 37 % del Calcio
- El 19 % de la Vitamina B12

* High Fiber and Prebiotics in food and beverage in Europe, Innova Market Research.

**Interanual 2025-2026, Innova Market Research.

*** Top Trends 2026: #2 - Gut Health Hub, Innova Market Research.

1: El calcio es necesario para el mantenimiento de los huesos en condiciones normales.

2: González-Rodríguez, L. G., Perea Sánchez, J. M., Aranceta-Bartrina, J., Gil, Á., González-Gross, M., Serra-Majem, L., Varela-Moreiras, G., y Ortega, R. M. (2017). Ingesta y fuentes alimentarias de fibra en España: diferencias en cuanto a la prevalencia de exceso de peso y obesidad abdominal en adultos del estudio ANIBES. *Nutrients*, 9(4), 326.

3: Vivesoy Fibra Avena-Centeno tiene 50% más de fibra respecto al valor medio de contenido de fibra del mercado de bebidas de avena (Circana y Worldpanel by Numerator, TAM DIC 2025).

4: Nota: % calculados según el Valor de Referencia de Nutrientes diario (VRN) y la Ingesta de Referencia (IR): % según la ingesta de referencia de un adulto medio (8.400 kJ/ 2.000 kcal).

<https://www.calidadpascual.com/2026/10/13/vivesoy-impulsa-la-innovacion-con-una-nueva-bebida-vegetal-de-avena-y-centeno-rica-en-fibra>