

# Cachamai se expande en el consumo masivo con nuevas barras de fruta y galletitas

Graciela Rastelli, CEO de la unidad de negocios de Alimentos y Bebidas de Grupo Werthein, reveló detalles de la estrategia con la que la histórica marca Cachamai se consolida en el segmento de consumo masivo, con propuestas para el mercado nacional e internacional.

**Buenos Aires, 24 de septiembre de 2025** - Cachamai, la emblemática marca de infusiones naturales, lanzó galletitas y barritas de 100% frutas, entre otras novedades que muy pronto revelará, para competir con fuerza en el segmento de consumo masivo.

Graciela Rastelli, CEO de la unidad de Alimentos y Bebidas del Grupo Werthein, explicó que la compañía decidió lanzar nuevos productos y reforzar su presencia en mercados internacionales.

Con más de 70 años de trayectoria, Cachamai inició en 2024 una nueva etapa con el objetivo de diversificar su oferta y conectar con las nuevas generaciones. “La fidelidad de los consumidores es un activo que trasciende generaciones. Hoy estamos ampliando el portfolio con propuestas que responden a las demandas actuales”, explicó Rastelli.

El punto de partida de esta nueva fase de expansión de la compañía fue el desarrollo de una yerba mate tradicional, elaborada tras un año de trabajo en el laboratorio propio Cachalab. El producto, de sabor suave y alta calidad, ya se exporta a países como Chile, Estados Unidos, Alemania, Japón y Vietnam, donde incluso fue impulsado por un influencer local.

La renovación incluyó también un rediseño de imagen y packaging, y marcó el inicio de una nueva identidad para la marca. “Logramos conectar con consumidores que buscan productos naturales, saludables y con buen sabor”, destaca la CEO.

Cachamai desembarcó también en nuevas categorías con la marca Frutty. Entre las novedades se destacan las barras blandas 100% fruta —únicas en el mercado argentino—, barras crocantes con frutos secos y galletitas saludables.

Los productos a base de fruta se elaboran con fruta deshidratada proveniente del Alto Valle de Río Negro.

La estrategia internacional también se acelera. La empresa participa en ferias clave como AGAS en Brasil, Anuga en Alemania y evalúa su presencia en Gulfood, Dubái, con el objetivo de consolidarse como referente global en alimentos saludables.

“La innovación es central en nuestra propuesta. Queremos ofrecer productos con alto valor agregado que respondan a las tendencias del mercado”, concluye Rastelli.