

Esta marca de salsas y aderezos partió hace 18 años

¡Qué picante! El mejor comentario para deCamacho

Su catálogo cuenta hoy con cuatro categorías de productos, siendo una de las más reconocidas las salsas líquidas.

MELISSA FORNO M.

La historia de las salsas y aderezos picantes de la marca deCamacho se remonta a 2007, año en que Marco Camacho, con el deseo de independizarse, comenzó el negocio vendiendo a amigos y familiares.

La empresa creció gradualmente, primero al convertirse en proveedora de carnicerías y, posteriormente, al ingresar a cadenas de supermercados. Actualmente, también distribuye sus productos en tiendas gourmet, a través de su ecommerce y en su sala de ventas en Lampa.

El hijo del fundador, Diego Camacho, destaca el papel de las ferias en los inicios de la marca. "Mi papá comenzó en espacios como la Expo Mundo Rural de Indap y producía en su casa de Nuñoa, con sus propias licuadoras", relata el ingeniero comercial. "Siempre tuve relación con el negocio, pero al terminar mi carrera estábamos en plena pandemia y decidí unirme para apoyar", añade.

Actualmente, poseen cuatro categorías de productos. Las pastas gourmet ofrecen un picor medio o suave, mientras que las salsas líquidas están formuladas para quienes consumen ají con regularidad, como la popular Sriracha, originaria de Tailandia, que puede ser ocupada para maridar mariscos, verduras o en acompañamientos como sándwich. También desarrollaron una línea especial para parrilla que incluye chimichurris, pebre y salsa barbecue.

"Por último, con la marca Locos por el Asado, elaboramos alternativas sin picor para marinar y adobar carnes, como el



DAVID VELASQUEZ

Diego Camacho es hijo del fundador de la marca.

"La salsa picante Toro Diablo, una mezcla de ají chileno puta madre con un toque de limón, y el chimichurri patagónico. Este último, creado para maridar carnes, también está disponible en una versión ahumada. Además, elaboramos un chimichurri argentino con una receta trasandina, que es más espeso que la versión chilena y está pensado para añadirlo directamente sobre el asado".

¿Para qué tipo de tipo de preparaciones se usa el Toro Diablo?

"Tenemos clientes que lo compran para las micheladas y el pisco sour, además del arroz, puré y ensaladas, entre otros".

¿Los consumidores están buscando productos más picantes?

"Sí, hay un auge, incluso en los niños. En Estados Unidos está muy de moda el ají y siempre terminan llegando las tendencias de Norteamérica a Chile. Por otra parte, algunos estudios plantean que el ají tiene beneficios saludables, como su bajo aporte calórico, que ayuda a combatir el daño hepático y contribuye a quemar grasas".

chimichurri argentino, la salsa barbecue americana, un adobo chileno, otro con curry (elaborado con una receta india) y el cajun dry rub (mezcla de especias de cajún, proveniente de la cultura de Luisiana), que contiene cebolla, orégano, pimentón y ajo seco".

"Nuestro último lanzamiento es el chimichurri merquén, que antes se llamaba picante", señala.

¿Cuáles son los productos más vendidos?

deCamacho

- Web: <https://decamacho.cl/>
- Contacto: Diego Camacho
- WhatsApp: +56 9 8805 8175
- Instagram: @salsasdecamacho