

Río Tinto

RAÍCES CHILENAS

Desde la Ruta 68 se puede ver con facilidad un terreno con un gran galpón que llama la atención por su nombre: Río Tinto. Famoso en Casablanca y alrededores, muchos no saben que, en su interior, se encuentra una gran variedad de productos y servicios que buscan rescatar las bondades y atractivos de nuestro país.

Un supermercado del vino (una completa exposición de todos los viñedos del valle y cepas nacionales), tienda de recuerdos y artesanías, venta de frutas y verduras de la zona, entre otros. El protagonista es su exquisito restaurante que funciona como desayuno a la carta en las mañanas y como un *buffet premium* desde la hora de almuerzo.

“Con mi familia tenemos este terreno desde los años ochenta, tiempo en que la carretera no existía. Siempre quisimos hacer un restaurante, ya que mi papá, Juan Rubio Jamett, toda su vida ha trabajado en el rubro. Hasta la pandemia fue dueño del restaurante Puerto Viejo del Barrio Puerto de Valparaíso, y antes de eso tuvo muchos negocios ligados a la gastronomía. El 2011 se dio la posibilidad de construir y coincidió con que me había titulado como ingeniera comercial en la UAI de Viña del Mar y realicé un magíster en marketing, era un momento perfecto para trabajar juntos”, cuenta Camila Rubio Gatica, dueña de Río Tinto.

Hace casi once años, y en pleno valle de Casablanca, comenzó un emprendimiento familiar que hoy se ha hecho conocido por su tienda con una amplia variedad de vinos y espumantes chilenos, y un exquisito restaurante de carnes y mariscos, bajo un concepto de buffet premium. Una parada imperdible que recibe entre seiscientos a mil personas diarias, incluidos turistas nacionales e internacionales. Además, bajo su marca, cuenta con sus propios vinos cabernet sauvignon, rosé y blue.

Por María Inés Manzo C. / Fotografía
Javiera Díaz de Valdés

Fecha: 21-08-2024
Medio: Revista Tell Magazine
Supl. : Revista Tell Magazine
Tipo: Noticia general
Título: Río Tinto raíces chilenas

Pág. : 41
Cm2: 784,3
VPE: \$ 948.214

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
 No Definida





“

Creamos nuestra propia marca de vinos Río Tinto, comenzamos con un tinto dulce de doble fermentación de uva (eso le ayuda a tomar más dulzor), un cabernet sauvignon. Ha sido furor desde que lo lanzamos, incluso, nos piden envíos al extranjero”.



¿Cómo fueron los inicios?

Nos demoramos unos tres años en concretar el proyecto, entre legalizar papeles, patentes y cambiar el uso de suelo agrícola a comercial. Primero armamos el galpón y fuimos decorando y mejorando los espacios según lo que nos pedía la gente. Teníamos la idea clara, queríamos abrir un restaurante chileno de gran tamaño, a orillas de carretera, que llamara la atención por todos lados, y una tienda con los vinos de las viñas principales de Chile. Mucha gente no sabe que Casablanca es nuestra capital del vino, no es Santa Cruz ni Colchagua, por eso había que partir ofreciendo lo local. Pero desde los pequeños productores a las empresas más conocidas.

Se volvieron un punto de encuentro de todas las viñas...

Sí, pasa mucho que, en Casablanca, las viñas no son tan unidas, actúan más independientes, a diferencia de otros valles. Si bien hay una asociación, no están todos en ella. Por eso queríamos ser una vitrina para todos. Tenemos Casas del Bosque, Viñamar, Matetic, Emiliana, Veramonte y otros más pequeños como Casa Romero de Casablanca, Viña Tunquén o Tinta Tinto de Algarrobo.

¿Cómo llegaron a los turistas?

Muchos me han preguntado si fue planificado, pero la verdad es que se fue dando con el tiempo, el único dato que teníamos claro es que la Ruta 68 es la carretera más usada por público ABC1 y sabíamos que podía ser atractivo. Como es una empresa familiar,

partimos nosotros mismos haciendo publicidad en la carretera, entregábamos volantes a los autos y buses y los invitábamos a desayunos o a degustaciones gratis de vinos de la zona. A la gente le encantaba eso y después se quedaba comprando en la tienda. Gracias a esa estrategia captamos muchos brasileños, que hoy son el 95% de nuestros turistas internacionales, que pasan a desayunar o a almorzar y luego se van a recorrer las viñas. En las mañanas recibimos entre cuatrocientas a seiscientas personas, los fines de semana más de mil cuando llegan los tours.

Gracias a ellos ustedes elaboran su propio vino...

Sí, al público brasileño le fascina el vino dulce y siempre nos pedían en sus visitas. Así creamos nuestra propia marca de vinos Río Tinto, comenzamos con un tinto dulce de doble fermentación de uva (eso le ayuda a tomar más dulzor), un cabernet sauvignon. Ha sido furor desde que lo lanzamos, incluso nos piden envíos al extranjero. Hoy enviamos cajas, pero no hemos querido masificarlo o venderlo en otras tiendas, sólo pueden encontrarlo aquí.

También quisimos innovar, y como los turistas compran muchos recuerdos, hicimos la versión miniatura (de 750 cc), es decir, cuatro botellas en una linda presentación para regalo. Luego nos pidieron rosé, y lanzamos una botella más elegante y sus respectiva versión miniatura. Y hace poco sacamos el blue, un exquisito vino azul en base de arándanos, chardonnay y sauvignon blanc.

Fecha: 21-08-2024
 Medio: Revista Tell Magazine
 Supl. : Revista Tell Magazine
 Tipo: Noticia general
 Título: Río Tinto raíces chilenas

Pág. : 43
 Cm2: 726,4
 VPE: \$ 878.226

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:

Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida

SABORES Y TRADICIONES

“Los primeros años teníamos un restaurante a la carta especializado en comida chilena, como filete, costillar de cerdo, salmón, cordero magallánico y pastel de choclo. El problema es que llegaban tantos turistas, y cada uno con requerimientos especiales. Por eso, el 2016, surgió la idea de hacer un *buffet premium* muy variado, pero sin perder el foco principal de nuestros sabores típicos”.

¿Cómo funciona el buffet?

La gente debe hacer una reserva y pagar su entrada previamente. Se abre de las 12:30 hasta las 18:00 horas y pueden comer lo que quieran, todo el día. El precio: \$27.000 (lunes a viernes), \$30.000 (sábados, domingos y festivos) por persona; los niños, hasta los diez años, \$9.000. Tenemos parrilla libre (carnes, embutidos y pescados de excelente calidad), aperitivos (pisco sour, Ramazzotti, sangría, mojitos, etc.), acompañamientos libres (gran variedad de ensaladas, pastelería de choclo, mechada, plateada, ceviche, etc.), pizzas, empanadas, líquidos y exquisitos postres (leche asada, tortas, frutas de estación, etc.).

¿En qué se diferencian?

Constantemente estoy visitando restaurantes tipo *buffet*, para sacar ideas y también ir mejorando lo que ya tenemos. En el mercado hay una gran variedad, desde los que priman la cantidad y bajan la calidad y los que son más *gourmet*. Nosotros apuntamos a ser un punto medio, tener una gran variedad y una excelente calidad. Nuestras preparaciones son frescas, la pastelería la hacemos aquí mismo y el público se da cuenta de esos detalles. Somos el único *buffet* de la zona de Casablanca y creemos que esa ha sido la clave de nuestro éxito. Comenzamos a atender los desayunos desde las 8:00 hasta las 11:00, hora en la que se van los primeros turistas y luego llega público de todas partes.

Otro de sus atractivos es que realizan shows en vivo...

Sí, muchos clientes que vienen todos los fines de semana o una vez al mes querían algo más que sólo comer. A fines de noviembre del 2021 probamos con un primer show en vivo y desde allí no hemos parado. Desde hace un año y medio contamos con espectáculos fijos los sábados y domingos. A la gente le gustan mucho los tributos y de música muy variada (Ana Gabriel, Alejandro Sanz, Luis Miguel, Michael Jackson, Soda Stereo, Bee Gees, etc.). En humor, este año vinieron el profesor Rosa y Álvaro Salas, entre otros, y para octubre esperamos a Nicolás y Fernando Larrain.

¿Hacen un evento especial para Fiestas Patrias?

Sí, toda la semana (del 15 al 20 de septiembre). Tendremos distintos grupos y competencias de cueca, en Casablanca la gente tiene muy arraigadas sus tradiciones y para los turistas también es muy entretenido.

EN FAMILIA

“Trabajar con mi papá ha sido muy bonito. Él tiene ochenta y un años y se levanta todas las mañanas a abrir el



Fecha: 21-08-2024
 Medio: Revista Tell Magazine
 Supl. : Revista Tell Magazine
 Tipo: Noticia general
 Título: Río Tinto raíces chilenas

Pág. : 44
 Cm2: 660.4
 VPE: \$ 798.479

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:

Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida



Camila y Juan Rubio

“

Constantemente estoy visitando restaurantes tipo buffet para sacar ideas y también ir mejorando lo que ya tenemos. En el mercado hay una gran variedad, desde los que priman la cantidad y bajan la calidad y los que son más gourmet. Nosotros apuntamos a ser un punto medio, tener una gran variedad y una excelente calidad. Nuestras preparaciones son frescas, la pastelería la hacemos aquí mismo y el público se da cuenta de esos detalles”.



“Si bien este es un negocio, y trabajamos muy ordenadamente, respetando horarios y tareas, para nosotros la parte humana es fundamental y eso buscamos que también se vea reflejado en los clientes y en una excelente atención”.

Hoy tienen nuevos servicios...

Sí, realizamos eventos para empresas y matrimonios de día estilo campestre, con un área para ceremonias, bar al aire libre, y *buffet* exclusivo. Por otro lado, contamos con entretenidos juegos inflables de gran tamaño. Como esta es una zona ventosa, y nos preocupa mucho la seguridad, están soldados a una estructura de fierro y concreto para que los niños jueguen con tranquilidad. A los más pequeños les encanta alimentar a nuestras llamas (les regalamos zanahorias), y disfrutar del amplio sector para correr. En Río Tinto contamos con distintas actividades para todos, en un entorno muy familiar. T

negocio. Es su vida y su pasión. Es el alma de Río Tinto, los clientes siempre lo buscan, él lleva la parte administrativa, el buque (río), y yo estoy encargada del personal y de la atención al cliente. Somos un buen complemento, cada uno en su área”.

¿Qué destaca del equipo de trabajo?

Su compromiso. Tenemos sesenta empleados, hay familias, parejas, hermanos. Cuidan mucho su trabajo y nosotros también a ellos. Por ejemplo, durante la pandemia, vivimos nuestro momento más complejo como empresa, tuvimos que cerrar durante ocho meses y llegó un punto en que se nos estaban terminando nuestros ahorros. Les pedimos a los que vivían aquí que no salieran de la parcela, nosotros nos preocupamos de su alimentación, de que no les faltara nada en ese tiempo, pero era importante que nadie se enfermara de COVID, sobre todo mi papá que es mayor de edad. Fue durísimo volver a levantarnos. La venta *online* no era suficiente (yo salía a repartir vinos), tenía que volver el público. Finalmente lo logramos entre todos.

www.riotintocasablanca.cl
www.instagram.com/riotintocasablanca
www.facebook.com/Riotintocasablanca