# LABARRA

LA COMUNIDAD DE NEGOCIOS PARA RESTAURANTES, HOTELES Y CLUBES

**Edición 140**

## Top 100



¿CÓMO SE COMPORTÓ

# el sector HORECA en 2024?

www.revistalabarra.com

AXIOMA B2B MARKETING

PQP
PROFESIONAL

# INSTITUCIONAL

## DE EXPERTOS
## PARA EXPERTOS

**COCINAS**




**Somos especialistas en limpieza y desinfección.**

Cubrimos cada necesidad en superficies, áreas comunes, prendas institucionales, piscinas y cocinas industriales, con productos diseñados para garantizar higiene, seguridad y máxima eficiencia

Escanea el QR
para más información.

pqp_profesional
pqp profesional
pqp profesional

www.pqpprofesional.com

COCINAS · ÁREAS COMUNES · CUIDADO PERSONAL · LAVANDERÍA · PISCINAS · INDUSTRIA

AXIOMA B2B MARKETING

www.axiomab2b.com

**CEO**
Mariano Arango L.
*mariano.arango@axiomab2b.com*

**Director of Operations**
Johann Peter Tao
*johann.tao@axiomab2b.com*

**Board of Directors**
Marcelino Arango L.




**05** RADIOGRAFÍA DEL SECTOR HORECA EN COLOMBIA, AÑO 2024

Revista La Barra y Sectorial, firma de análisis económico y financiero en Colombia, presentamos el TOP 100, una radiografía de cómo se comportó el sector HORECA en 2024.

**10** MÉXICO Y COLOMBIA, RADIOGRAFÍA DE DOS POTENCIAS GASTRONÓMICAS EN CONSTRUCCIÓN

México y Colombia avanzan como potencias gastronómicas. Este análisis revela sus modelos, retos y oportunidades hacia una industria sostenible, competitiva y con identidad global.



**28** BASILIC, UNA EXPERIENCIA DE ALTA COCINA CON INGREDIENTES COLOMBIANOS



**16** MEDELLÍN Y LA APUESTA POR EL TURISMO GASTRONÓMICO

Medellín apuesta por el turismo gastronómico: producto local, técnica y propósito. Chefs Tomás Ochoa (RITWAL) y David Suárez (La Makha) lideran una escena auténtica, sostenible y en ebullición.

**24** SOMBRAS: ALTA COCINA EN ABSOLUTA OSCURIDAD

Una experiencia sensorial única guiada por personas ciegas, donde inclusión, excelencia y neurogastronomía transforman la manera de percibir lo invisible.



Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta revista sin autorización expresa de los editores.

La opinión de los columnistas no refleja necesariamente la posición editorial de la revista LA BARRA.
Las imágenes que ilustran los temas no corresponden a publicidad, son utilizadas según el archivo fotográfico de revista LA BARRA y Axioma B2B Marketing para fines editoriales.

LABARRA
www.revistalabarra.com

**Edición número 140**
*ISSN 1692 - 3669*

**Edición de la publicación**
Calle 73 # 10 - 83,
Torre C Piso 4
*Bogotá, Colombia*

**Content Strategic Lead**
Ángela Delgado
Cel: + 57 301 756 4260
*angela.delgado@axiomab2b.com*

**Production, Design and Layout**
Paola Niño
*paola.ninodg@gmail.com*

Estefanía Chacón
*estefania.chacondg@gmail.com*

**Key Account Manager**
Paula Calderón
Cel: + 57 311 502 5202
*paula.calderon@axiomab2b.com*

Mónica Porras Alfonso
Cel: + 57 300 361 6356
*monica.porras@axiomab2b.com*

**Image Bank**
Freepik

**Prepress and Printing**
Quad Colombia S.A.S.

labarrab2b
revistalabarra
labarrab2b
@revista.la.barra
@labarrab2b
RevistaLaBarraColombia



# RADIOGRAFÍA DEL SECTOR HORECA EN COLOMBIA 2024

El sector HORECA —hoteles, restaurantes, cafeterías, panaderías y servicios de alimentación colectiva— constituye uno de los motores silenciosos pero fundamentales de la economía colombiana. Su capacidad de generar empleo, atraer inversión extranjera, fortalecer cadenas de suministro locales y crear experiencias con alto valor agregado lo posiciona como un engranaje esencial del consumo masivo.

En colaboración con **Sectorial**, presentamos un análisis integral de 328 compañías agrupadas en cuatro grandes segmentos: Restaurantes, Hoteles, Casinos (alimentación colectiva) y Panadería. El objetivo: ofrecer una radiografía precisa que permita a empresarios, inversionistas y actores de la cadena entender no solo el comportamiento financiero, sino también los retos y oportunidades que marcan el rumbo de esta industria.

Los hallazgos son reveladores: mientras los restaurantes lideran en ingresos, son los hoteles quienes alcanzan la mayor rentabilidad operativa. Los casinos destacan por su solidez financiera y las panaderías enfrentan el desafío de defender márgenes en un entorno de alta competencia y presión de costos. Este panorama confirma que volumen y rentabilidad no siempre van de la mano, y que la eficiencia, la innovación y la gestión del capital de trabajo son claves para sostenerse y crecer.

Más allá de los números, este informe ofrece una brújula estratégica. En un entorno de cambios constantes, leer e interpretar correctamente los datos se convierte en la herramienta más poderosa para tomar decisiones con impacto.



**Ángela Delgado**
Editora Revista La Barra
angela.delgado@axiomab2b.com

Top 100

¿CÓMO SE COMPORTÓ
el sector HORECA
en 2024?

# Radiografía

## DEL SECTOR HORECA EN COLOMBIA AÑO 2024



*El sector HORECA en colombia mueve empleo, inversión y cadenas de suministro. Por esto, en alianza con Sectorial, analizamos 328 compañías en restaurantes, hoteles, casinos y panaderías para entender rentabilidad, eficiencia y riesgos.*

l sector de alimentos, bebidas, hospitalidad y servicios conexos representa un engranaje esencial para la economía colombiana. Su capacidad de generar empleo, atraer inversión extranjera, dinamizar cadenas de suministro locales y ofrecer experiencias con alto valor agregado lo convierten en uno de los pilares del consumo masivo.

En colaboración con Sectorial, realizamos el siguiente análisis con el fin de ofrecer una fotografía precisa y valiosa de este universo, agrupando datos financieros de 328 compañías clasificadas en cuatro grandes sectores: Restaurantes, Hoteles, Casinos (alimentación colectiva) y Panadería.

Más allá de los números, este análisis permite entender cómo se configuran los ecosistemas empresariales, quiénes lideran, qué retos enfrentan y cuáles son las oportunidades estratégicas para el corto y mediano plazo.



# Restaurantes

## un gigante en ventas con desafíos en eficiencia

En 2024, los 100 principales restaurantes del país registraron un crecimiento de 7,6 % en sus ingresos operacionales. Pese al aumento, los márgenes EBITDA pasaron de 10,1 % en 2023 a 7,7 % en 2024, dado el incremento en los gastos de administración y ventas durante esos periodos.

Este margen refleja qué tan rentable es la operación después de cubrir los costos más básicos, por lo que su reducción se traduce en mayores costos de materias primas, salarios más altos, arrendamientos más costosos y/o una competencia más intensa que obliga a mantener precios ajustados. En ese sentido, durante 2024, las principales compañías del sector trabajaron más para ganar menos.

El margen neto, que refleja la ganancia final de una empresa después de cubrir todos sus gastos (operativos, financieros, impuestos y demás), también se redujo en 2024, con una caída de dos puntos porcentuales frente al año anterior, ubicándose en un promedio de 0,1 %.

La disminución estuvo marcada por el desempeño negativo de varios jugadores importantes. Empresas como Tostao' (BBI Colombia), con un margen neto de -35,4 %, Pizza Hut (Inverjenos) con -30,3 %, y Foodology, con -29,4 %, registraron pérdidas significativas. En otras palabras, por cada 100 pesos que recibieron en ventas, perdieron entre 29 y 35 pesos al final del ejercicio.

Lo anterior indica que, más allá de los desafíos en la operación diaria, algunas cadenas enfrentan dificultades adicionales como altos costos financieros y estrategias de expansión exigentes.

En cuanto a la gestión financiera, las principales compañías del sector mantuvieron estables sus cuentas por cobrar, con un promedio de 31 días. Por el lado de los inventarios, la rotación pasó de 37 a 36 días, una variación mínima que indica que los restaurantes siguen necesitando poco más de un mes para vender o utilizar sus existencias de insumos y productos.

La diferencia más marcada estuvo en las cuentas por pagar, que aumentaron de 142 a 172 días, indicando que las cadenas están demorando

cerca de seis meses en pagar a sus proveedores, frente a los menos de cinco meses del año anterior. Esta práctica les da mayor liquidez a corto plazo, pero también refleja la presión que enfrentan para administrar su flujo de caja en un entorno de menores márgenes de rentabilidad.

El nivel de endeudamiento de los principales participantes del sector también mostró un aumento relevante; la relación entre pasivos y activos pasó de 71,4 % en 2023 a 81,0 % en 2024. En consecuencia, por cada 100 pesos en activos, 81 se financiaron con deudas y solo 19 con recursos propios.

El mayor endeudamiento puede servir como estrategia para financiar expansión o sostener operaciones en momentos de presión sobre los márgenes; sin embargo, también eleva el riesgo financiero, ya que incrementa la carga de pagos futuros y reduce el margen de maniobra frente a eventuales caídas en ingresos.



# Hoteles

## eficiencia operativa y espacio para crecer

Los ingresos operacionales de las cien principales empresas hoteleras del país incrementaron en un 2,9 % en 2024, mientras los costos crecieron 4,5 %. Por su parte, el margen EBITDA de las compañías presentó poca variación, pasando de 23,9 % en 2023 a 22,0 % en 2024. Lo anterior implica que las firmas lograron un leve aumento en ventas, pero los mayores gastos hicieron que la utilidad operativa fuera ligeramente menor.

El margen neto del sector registró una caída significativa, al pasar de 9,1 % en 2023 a 3,6 % en 2024. Este indicador refleja la ganancia final después de cubrir todos los costos, gastos e impuestos, por lo que su reducción señala un fuerte debilitamiento de la rentabilidad.

El resultado estuvo altamente influenciado por las pérdidas excepcionales de Hoteles Charleston Santa Teresa, que reportó márgenes netos de -404,8 % en 2023 y -672,9 % en 2024, cifras que distorsionan el promedio total. Al excluir el caso atípico, el resultado mejora: el margen neto de los hoteles pasó de 13,3 % en 2023 a 10,4 % en 2024. Aunque la rentabilidad sigue disminuyendo, el descenso resulta menos drástico y muestra que, en general, el sector aún conserva un nivel positivo de ganancias, pese a los mayores costos operativos.

En materia de gestión financiera, se presentaron cambios notables en 2024. La rotación de cuentas por cobrar pasó de 256 a 149 días, lo que significa que los principales hoteles están recibiendo el dinero de sus ventas a crédito en un menor tiempo, mejorando su flujo de caja. Por el contrario, la rotación de inventarios aumentó de 39 a 53 días.

El cambio más drástico se observó en las cuentas por pagar, que pasaron de 465 a 1.086 días. Tal aumento supone que los hoteles están tardando en promedio casi tres años en pagar a sus proveedores. Aunque esta cifra puede estar influenciada por prácticas contables o situaciones excepcionales, revela una presión significativa en la estructura financiera del sector y una fuerte dependencia del crédito de sus proveedores.

En términos de ingresos totales reportados el sector



**RESTAURANTES**

ocupa la primera posición con más de

**8.785**

**MILLONES DE PESOS**

seguido por



**PANADERÍA**

con

**5.675**

**MILLONES**



**HOTELES**

con

**4.487**

**MILLONES**



**CASINOS**

con

**3.359**

**MILLONES**

En cuanto al nivel de endeudamiento, la relación pasivos/activos se ubicó en 48,5 % en 2023 y apenas aumentó a 48,7 % en 2024. A diferencia de lo observado en otros sectores de servicios, la hotelería no incrementó de manera significativa su apalancamiento, mostrando estabilidad en su estructura de financiamiento.



## Casinos

### más ingresos y mejor conversión a EBITDA

En 2024, los principales casinos del país reportaron un desempeño positivo. Sus ingresos operacionales crecieron 8,1 %, impulsando también una mejora en la rentabilidad operativa. El margen EBITDA pasó de 10,0 % en 2023 a 12,7 % en 2024. Con base en los márgenes, se concluye que estas compañías no solo lograron vender más, sino que, además, se quedaron con una mayor proporción de ganancias operativas frente al año anterior, lo que refleja una gestión más eficiente de sus costos y un entorno de negocio más favorable.

El margen neto también mostró una mejora en 2024, al pasar de 3,5 % en 2023 a 5,3 % en 2024. Aunque la cifra aún es moderada, el incremento revela una mejoría en la rentabilidad del negocio y un mejor control de la estructura de gastos.

Las principales compañías mostraron cambios en la gestión de su flujo de operación. En las cuentas por cobrar, tardaron más tiempo en recibir el dinero de sus clientes, pasando de 104 días en 2023 a 126 días en 2024. Asimismo, tardaron un poco más en utilizar o vender sus suministros de alimentos, entendiendo que la rotación de inventario aumentó levemente de 17 a 19 días.

Por su parte, los plazos con proveedores se extendieron, toda vez que la rotación de cuentas por pagar creció de 74 a 111 días. Este cambio les permitió mejorar temporalmente su liquidez, aunque también refleja mayor dependencia del crédito de sus proveedores para sostener la operación.



## Panadería

### eficiencia productiva vs. mayor apalancamiento

En 2024, las principales empresas del sector panadero registraron una caída de 2,1 % en sus ingresos operacionales. Sin embargo, sus costos operativos se redujeron en mayor proporción, con un descenso de 3,9 %. Como resultado, el margen bruto (que mide la rentabilidad de la operación antes de considerar gastos generales, financieros e impuestos) mostró un incremento importante, pasando de 34,8 % en 2023 a 59,2 % en 2024.

De manera que, aunque las ventas fueron ligeramente menores, las compañías lograron controlar sus costos de producción de manera más efectiva, quedándose con una mayor proporción de ganancias sobre cada peso de venta.

El margen neto del sector panadero, que refleja la ganancia final después de cubrir todos los gastos, mostró una caída en 2024. Algunas empresas, como Paliqueso y Panadería La Victoria, registraron márgenes extraordinariamente negativos (-442,5 % y -1.699,3 %), lo que distorsiona el promedio general del sector.

Al excluir los casos atípicos, el margen neto pasó de 2,8 % en 2023 a 1,1 % en 2024, indicando que, aunque se logró controlar los costos de producción y aumentar el margen bruto, los gastos adicionales redujeron significativamente las ganancias finales del sector.

De otro lado, la relación EBITDA/intereses, que indica cuántas veces las ganancias operativas antes de impuestos y depreciaciones pueden cubrir los pagos de intereses de la deuda, cayó de 7,2 en 2023 a 3,1 en 2024.

La reducción se traduce en que, aunque las empresas siguen generando ganancias operativas, tienen menos margen para cubrir sus obligaciones financieras, aumentando el riesgo en caso de imprevistos. Por su parte, el nivel de endeudamiento promedio pasó de 61,2 a 64,3 %, lo que indica que las panaderías están financiando una proporción ligeramente mayor de sus activos con deuda, aumentando levemente la presión sobre su liquidez.

Las cifras revelan un sector dinámico pero heterogéneo, con oportunidades claras de mejora en rentabilidad, eficiencia y gestión de recursos.

Restaurantes deben fortalecer su capital de trabajo y eficiencia operativa; Hoteles pueden capitalizar su rentabilidad para crecer estratégicamente; Casinos, aunque concentrados, muestran buena salud financiera; y Panaderías deben innovar para defender sus márgenes en un entorno de alta competencia.




Si quiere conocer el ranking completo de los 100 establecimientos que mejor se posicionaron en los segmentos de restaurantes, panaderías, casinos y hoteles en el año anterior

**escanee el código QR y acceda a las tablas detalladas para conocer a los protagonistas que marcan tendencia en la industria.**





# México y Colombia

## RADIOGRAFÍA DE DOS POTENCIAS GASTRONÓMICAS EN CONSTRUCCIÓN

*México y Colombia avanzan como potencias gastronómicas. Este análisis compara sus modelos, retos y oportunidades hacia una industria más sólida y sostenible.*



Hablar hoy del sector gastronómico en México y Colombia es hablar de dos movimientos que se miran en el espejo para acelerar su desarrollo. México ofrece un modelo de organización, identidad y proyección internacional que ha convertido a su gastronomía en un atractivo turístico por derecho propio. Colombia, por su parte, avanza con rapidez en profesionalización y adopción tecnológica, al tiempo que enfrenta nudos estructurales —laborales, de costos y de informalidad— que condicionan su velocidad de crecimiento. Este artículo expone los puntos de convergencia y las brechas que aún deben cerrarse para que ambos países consoliden una ruta sostenible y competitiva.

## México: organización, identidad y proyección global

El caso mexicano es paradigmático por su combinación de organización gremial, promoción cultural y calidad consistente. Según Jack Sourasky, presidente de CANIRAC Ciudad de México, la declaratoria de la gastronomía mexicana como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2010 marcó un antes y un después en la visibilidad del país. Sin embargo, ese hito vino acompañado de un trabajo disciplinado de articulación entre chefs, empresarios y autoridades. El resultado ha sido una oferta con identidad clara que atrae atención internacional y posiciona a la industria como motor del turismo.

Ese salto se se sostiene en disciplina y gobernanza del ecosistema gastronómico. De hecho, el propio Sourasky subraya que México se ha convertido en un atractivo turístico y que los inspectores de la Guía Michelin son "asiduos visitantes" de sus restaurantes, una validación que premia la consistencia en servicio, producto y hospitalidad.

En lo que respecta a tendencias de consumo y formato, la brújula apunta a la simplicidad con propósito: menos ostentación y más coherencia entre producto, territorio y sostenibilidad. Para Sourasky, la consigna práctica es revalorar lo local, comprar a productores cercanos, cuidar el origen de los ingredientes y reducir desperdicios, una forma de excelencia que limpia excesos para concentrarse en lo esencial: sabor, técnica y sentido. A ello se añade una mirada de inclusión, que promueve experiencias más accesibles y menos pretenciosas, ampliando la base de consumidores y fortaleciendo la relación con la ciudad.

En síntesis, México consolida un círculo virtuoso: identidad culinaria



Para Sourasky, la consigna práctica es revalorar lo local, comprar a **productores cercanos**, cuidar

**EL ORIGEN**

**de los ingredientes** y reducir desperdicios.



El impacto de la **Reforma Laboral** se ha traducido en una disminución de la

**CONTRATACIÓN**

de entre el

**15 %**

y el

**20 %**

lo que tensiona estructuras de turnos y márgenes en un negocio intensivo en talento.

robusta, estándares de servicio estudiados y una arquitectura gremial que reduce fricción entre actores. Esta combinación convierte a su gastronomía en activo turístico nacional y sustenta una cadena de valor con capacidad de exportar prácticas, no solo platos.

## Colombia: salto de profesionalización con retos apremiantes

Colombia ha vivido en los últimos años un acelerón de madurez operativa. La directora ejecutiva de Acodrés Bogotá Región, Liliana Montaño, reconoce que la etapa posterior a la pandemia ayudó a "corregir un atraso de 15 años" mediante la adopción de nuevas tecnologías, el desarrollo de modelos de gestión de domicilios, la estandarización de procesos y la mejora de la operación diaria. Este cambio de base permite pensar en escalabilidad y en una experiencia más consistente para el comensal.

No obstante, el gran contrapeso está en la coyuntura laboral. El impacto de la Reforma Laboral se ha traducido en una disminución de la contratación de entre el 15% y el 20%, lo que tensiona estructuras de turnos y márgenes en un negocio intensivo en talento. Como respuesta, el gremio promueve un "Manpower Plan": metodología para optimizar horarios, ganar eficiencia y proteger la sostenibilidad financiera sin deteriorar el servicio. En otras palabras, un enfoque de microgestión de variables que afectan directamente el precio y la percepción de valor.

A las presiones de nómina se suman los costos crecientes asociados a la transición ambiental. Montaño lo aterriza con un ejemplo claro: "Los empaques biodegradables, por ejemplo, cuestan tres veces más que los convencionales […] y han llevado a un incremento en los precios de los platos a domicilio",



aunque los restaurantes están respondiendo a una demanda del consumidor por responsabilidad ambiental.

La seguridad es otro desafío que sigue sumando presión al sector. Como respuesta, el gremio dio un paso relevante con la Patrulla Gourmet. Este esquema interinstitucional que Montaño describe así: "Desde 2024, creamos la 'Patrulla Gourmet' en alianza con la Policía Metropolitana, el GAULA y el IDT, para proteger las zonas gastronómicas y prevenir delitos, como el de trata de personas".

El reto más estructural, no obstante, es la informalidad: se estima que el 75 % de los negocios que operan en Bogotá no están registrados. La hoja de ruta planteada busca fortalecer al sector formal y acoger a los informales mediante un plan inspirado en un modelo probado en Perú. Formalizar no es un fin burocrático; es el prerrequisito para elevar estándares, ampliar

acceso a financiación y seguros, y construir confianza en el destino gastronómico.

En paralelo, Acodrés está ejerciendo un rol articulador para compras locales y mejores condiciones de aprovisionamiento: "Acodrés ha asumido un rol como dinamizador del sector, uniendo a la industria para tener una sola voz, conectando a los negocios con proveedores del agro, con el fin de promover el consumo de productos locales y contar con mejores precios".

México y Colombia no compiten en un juego de suma cero; más bien, se encuentran en etapas distintas del mismo camino. México exhibe una madurez institucional y una identidad culinaria que lo han catapultado al radar del turismo internacional y de los evaluadores más exigentes. Colombia, mientras tanto, se mueve con decisión para cerrar brechas operativas, perfeccionar su arquitectura gremial y atacar cuellos de botella —laborales, de costos y de informalidad— que frenan la velocidad de su despegue.

La brújula estratégica es clara para ambos: calidad consistente, organización, sostenibilidad rentable y seguridad confiable. Si Colombia convierte en política sectorial lo que hoy son iniciativas prometedoras —Manpower Plan, Patrulla Gourmet, compras locales— y acelera la formalización, su gastronomía podrá capitalizar el talento, la diversidad y el apetito del consumidor informado.

Una comunidad que hace del aceite tu mejor aliado.

Escanéame

Nuestro sello

Oil Awareness

Promovemos experiencias que generen felicidad y plenitud de forma segura.

www.OilAwareness.com

INCOMER

# Ser el aliado ideal para todos los negocios de Colombia:

## la apuesta de Alpina para el sector del Food Service

Con más de 80 años de historia, Alpina sigue fortaleciendo su presencia en el sector Horeca, más allá del producto, con un enfoque innovador que combina soluciones técnicas, asesoría especializada y un portafolio diseñado para impulsar el rendimiento de las cocinas profesionales en Colombia.

Desde sus inicios, Alpina ha sido parte del desarrollo gastronómico de Colombia. En sus primeras décadas, fue un proveedor clave para panaderías y pequeños restaurantes, con productos como quesos frescos y crema de leche. A medida que el **Food Service** creció y se profesionalizó, Alpina también evolucionó: pasó de ser un proveedor de ingredientes a convertirse en un aliado estratégico, capaz de ofrecer soluciones integrales que impulsan el rendimiento, la estandarización y la innovación en las cocinas profesionales.




Actualmente, la compañía cuenta con un portafolio especializado que responde a las exigencias operativas de **negocios B2B**, permitiendo, por un lado, elevar el sabor de todas las preparaciones con productos nutritivos, de gran intensidad, con la mejor calidad y que adicionalmente, permiten estandarizar formulas, controlar porciones, reducir mermas, ofrecer entrega nacional, y hasta innovar según sus necesidades con productos tailor made.

Además, la relación con chefs, dueños de restaurantes y operadores va más allá del suministro de productos. Alpina trabaja de la mano con el sector para adaptar formatos, presentaciones y recetas que responden a los desafíos reales de las cocinas, aportando valor desde el conocimiento técnico, la co-creación y la cercanía. Esta evolución ha convertido a Alpina en un aliado que entiende las dinámicas del Food Service y ofrece soluciones concretas para enfrentar los retos del sector.



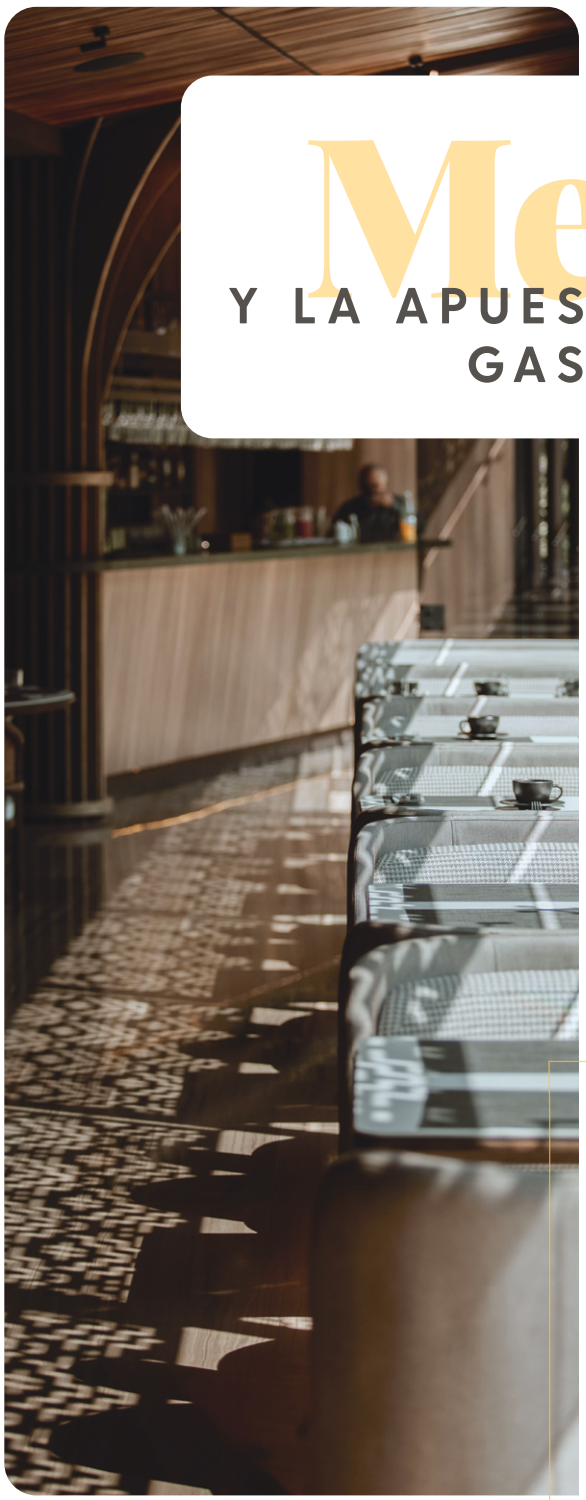

El portafolio Food Service de la compañía está diseñado para responder a las necesidades reales de las cocinas profesionales, con productos que ofrecen alto rendimiento, estabilidad térmica y versatilidad de uso. Entre las principales soluciones se encuentran lácteos base como mantequilla, crema de leche y leche UHT; quesos profesionales como mozzarella rallado

y cubicado, parmesano, sabana, semimaduros y frescos; así como ingredientes claves en panadería, repostería y cocina caliente: queso crema, arequipe, base de helado soft y otras bases lácteas.

Productos como el Queso Mozzarella Alpina, con su fundido uniforme y el mejor stretching, o la Crema de Leche Alpina Entera, reconocida por su rendimiento, cremosidad y textura, se han convertido en piezas clave en cocinas de alto tráfico. También se destacan los diferentes formatos de Arequipe Alpina, uno especializado en repostería capaz de mantener altas temperaturas, el de textura media y uno mucho más fluido, ideal para terminar postres con el sabor inconfundible del Arequipe Alpina.

Este portafolio se complementa con un acompañamiento técnico robusto que incluye capacitaciones personalizadas, cocreación de menús o temporadas especiales, análisis de rotación, control de costos y actualización en tendencias del consumidor. Así, frente a retos como la alta rotación de personal, la presión por estandarizar procesos o la necesidad de incorporar productos saludables y sostenibles, Alpina ofrece herramientas, asesoría y formatos diseñados para facilitar la operación.

Con ocho décadas de experiencia, la marca continúa alimentando relaciones deliciosas y construyendo alianzas que fortalecen el crecimiento del negocio Food Service en Colombia.



# Medellín
## Y LA APUESTA POR EL TURISMO GASTRONÓMICO

*Medellín vive un despertar culinario guiado por cocineros que honran el producto local y el oficio. Entre ellos brillan Tomás Ochoa (RITWAL Mesa & Mística) y David Suárez (La Makha), dos líderes que convierten técnica y propósito en cultura gastronómica.*



### Tomás OCHOA

**Chef ejecutivo de RITWAL Mesa & Mística**

En el despertar gastronómico que ha vivido Medellín en los últimos años, el trabajo de Tomás Ochoa —chef ejecutivo de RITWAL Mesa & Mística— destaca por una combinación de disciplina operativa, sensibilidad por el producto local y un liderazgo que forma personas antes que brigadas.

El primer contacto de Tomás con la gastronomía fue, como él admite, casi accidental. Al entrar a la cocina, se produjo una chispa que cambiaría su vida: descubrió el fuego, la alquimia de los ingredientes, la adrenalina del servicio. “Encontré ese lugar donde siempre había querido estar, un lugar que fuera un caos, pero un caos controlado. Y eso me enamoró de la cocina”, recuerda con entusiasmo.

"Mi primera escuela fueron los fuegos y las brasas", comenta Tomás, pero cuando viajó a Argentina se especializó en gerenciamiento gastronómico, lo que le otorgó una mirada mucho más amplia sobre el negocio. "Allí aprendí no solo de cocina, sino de costos, presupuestos, liderazgo y cultura organizacional", destaca.

Esta visión integral se fue fortaleciendo con su paso por cadenas de restaurantes, hoteles cinco estrellas, cocinas industriales y, más recientemente, a través de su rol como docente. Sobre esta última parte, Tomás es enfático: "No hay nada más difícil que enseñar… todos los días hay que estudiar más". Esa experiencia tan diversa le permitió comprender la cocina no solo como arte, sino como industria, cultura y comunidad.

> ***El primer contacto de Tomás con la gastronomía fue, como él admite, casi accidental. Al entrar a la cocina, se produjo una chispa que cambiaría su vida:*** *descubrió el fuego, la alquimia de los ingredientes, la adrenalina del servicio.*

### RITWAL: una mesa con propósito

En su llegada a RITWAL Mesa & Mística, Tomás encontró el espacio perfecto para fusionar sus valores personales con una propuesta gastronómica innovadora. El restaurante, ubicado en el corazón de Medellín, forma parte del Grupo Místico, una organización que apuesta por el bienestar integral, la sostenibilidad y la conexión humana.

"Desde el día uno me hablaron de propósito, de trabajar por un bien común, de cuidar al equipo y al cliente. Esa filosofía me conquistó", afirma el chef. Desde entonces, su rol como chef ejecutivo no solo consistió en diseñar platos, sino en liderar un equipo que entiende la cocina como un medio para generar experiencias memorables.

La carta de RITWAL refleja esa visión: platos sabrosos, con bases mediterráneas, fusiones y mucha parrilla, pero sobre todo sencillos. "A mí me gusta mucho el tema de los platos sencillos, ofrecer una experiencia gastronómica donde la gente cuando vaya a comer, entienda lo que se está comiendo". Para él, muchas veces pasa que la explicación es más complicada que el mismo plato.

Esto lo complementa el fuego, ese elemento que lo cautivó desde el principio, y que hoy sigue siendo su herramienta predilecta. "Me apasionan los fuegos, el humo, el carbón. Me gusta que el plato hable por sí solo, que tenga carácter", señala.

### Un estilo de cocina anclado en la autenticidad y la sostenibilidad

El sello distintivo de Tomás no se encuentra solamente en el sabor de sus platos, sino en la intención y la conciencia con la que cocina. Su estilo no responde a una tendencia específica ni a una escuela culinaria determinada. Más bien, se define por el respeto por el producto, el entorno y el equipo humano que lo acompaña.

En esta línea, le apuesta mucho al uso de insumos locales no solo por un tema de sostenibilidad, sino porque cree en la potencia de los sabores autóctonos. Esto se traduce en una carta que, aunque estructurada, se mantiene viva, adaptándose tanto a



**Tomás Ochoa**

> Yo creo en formar **cocineros conscientes, responsables y felices**. Si logramos eso, la cocina colombiana va a seguir creciendo con fuerza".

los ciclos de los ingredientes como a las necesidades del comensal. En palabras del chef: "Hay platos que se han replanteado, como una pasta con salsa de azafrán que gustaba en concepto, pero en práctica no se vendía bien. La reformulamos, y fue un éxito".

Además, Tomás promueve una cocina de aprovechamiento total. Él y su equipo buscan reducir al mínimo la merma mediante la creatividad, reutilizando subproductos en caldos, fondos, snacks o fermentados. "Dentro de la cocina, para mí, el reaprovechamiento es supremamente importante… buscamos el máximo de rendimiento". Este enfoque responde a un criterio económico, pero también a una convicción ética frente al desperdicio alimentario.

En cuanto a su filosofía culinaria, Tomás se define por el equilibrio entre la técnica, el sabor y la experiencia. Reconoce el valor del "caos controlado" que representa una cocina en servicio, pero también sabe que ese caos necesita de un equipo comprometido, motivado y feliz.

### Un legado con fuego y conciencia

Más allá de su rol como cocinero, Tomás está dejando una huella profunda en la cultura gastronómica de Medellín. Lo hace desde su enfoque en la formación del talento, su visión estratégica y su constante reflexión sobre cómo ser mejor cocinero y mejor ser humano.

"Creo firmemente que si no hay bienestar, no hay rendimiento", afirma. Y no se trata solo de palabras. En su trayectoria como jefe de cocina ha logrado mantener niveles bajísimos de rotación de personal, incluso en un sector conocido por su alta movilidad laboral. Esto lo atribuye a una política de puertas abiertas, escucha activa y, sobre todo, a contratar por actitud más que por aptitud: "No busco necesariamente gente con mucha experiencia. Prefiero personas con buena disposición, con hambre de aprender y con respeto por el oficio".

Este enfoque también se refleja en su visión del equipo como una comunidad. Tomás entiende que el conocimiento se comparte, que se lidera con el ejemplo, y que el crecimiento individual del equipo es el que potencia el crecimiento colectivo del restaurante. Como docente, ha aplicado esta misma lógica, buscando siempre dejar huellas positivas más allá de los recetarios.

"Creo profundamente en formar líderes. El conocimiento que uno acumula no sirve si no lo comparte", afirma. Su forma de concebir la cocina como un ecosistema humano, sostenible y colaborativo sienta bases para nuevas generaciones de cocineros que valoren tanto el producto como al equipo. "Yo creo en formar cocineros conscientes, responsables y felices. Si logramos eso, la cocina colombiana va a seguir creciendo con fuerza".



## David SUÁREZ

**Chef de La Makha**

Medellín vive un momento de ebullición culinaria y, en el centro de esa transformación, aparece el trabajo del chef David Suárez. Bogotano de origen, formado inicialmente en la Uni-



versidad de La Sabana, Suárez emprendió pronto una ruta internacional que lo llevó a Argentina y, luego, a Francia, donde pasó por una cocina con estrella Michelin. Esa experiencia, marcada por la disciplina, la técnica y el respeto por el producto, se convirtió en el cimiento de una visión que hoy aterriza con fuerza en La Makha, el restaurante del hotel Binn en Medellín.

A finales de 2018 aterrizó nuevamente en Colombia, pero esta vez en Medellín. La capital antioqueña no solo lo enamoró con su clima, su gente y su ritmo, sino que se convirtió en el laboratorio ideal para su propuesta. Desde entonces fue tejiendo una trayectoria local que pasa por Castropol Catering y El Cielo —donde participó en la apertura del hotel—, antes de asumir retos ejecutivos en proyectos como La Deriva, Náufrago, Hotel 23 y Casa del Ramal, bajo el paraguas de Breakfast Club. Más tarde sumó experiencias en Test, Crudo y Casa Barranco, hasta su desembarco en el Binn como "cara gastronómica" del hotel, con la libertad —y la responsabilidad— de proponer una oferta propia.

### Estilo: técnica, territorio y un propósito

Si hubiera que condensar su filosofía, David la resume en una premisa sencilla: "Cocinar con amor", al equipo, al producto y al proyecto. Ese es el punto de partida de su cocina. Pero, además, ha centrado su propuesta en visibilizar a Colombia a través del producto local. "Yo siempre comparé Colombia con países como Perú o México, y me preguntaba cómo estos países hicieron para que su gastronomía fuera reconocida a nivel mundial sabiendo que nosotros tenemos igual o mejores productos que ellos o más diversos que ellos", comenta. De ahí, que parte de su misión detrás de los fogo-



TALENTO CONFIABLE Y CALIFICADO
COMENSAL

EN COMENSAL
SABEMOS QUE
UN GRAN MENÚ
VA MÁS ALLÁ
DE LOS
INGREDIENTES

1 HABILIDAD
- Personal capacitado, puntual y uniformado.
- Turnos flexibles para cualquier necesidad.
- Staff completo, con actitud y profesionalismo garantizados.

2 FLEXIBILIDAD
Ofrecemos personal por día, turnos de 6, 8 o 12 horas, fines de semana o eventos especiales.

3 DE NORTE A SUR
Hemos sido el aliado clave de restaurantes, hoteles y eventos que buscan un servicio excepcional. Llegamos a donde tu estés, en cualquier parte del país.

4 PERSONAL AL INSTANTE

Meseros
Auxiliares de mesa
Steward
Bartender
Parrilleros
Chef
Cocineros
Capitanes
Supervisores
Gerentes o administradores de sede
Hostes o anfitrionas
Domiciliarios
Auxiliares de parqueadero
Servicios generales



**David Suárez**

**"Siento que eso es muy importante, que la gente de verdad ame esto que hacemos en el día a día** (...), hay que ponerle amor a esto para que las cosas salgan bien".

nes se haya centrado en traer a la mesa una enorme despensa que sigue siendo desconocida no solo para los extranjeros sino también para los locales.

"Yo le digo siempre a los meseros, lo que nosotros estamos haciendo es culturizar y enseñarle al colombiano lo que ha tenido siempre, pero no conocía o nunca supo cómo utilizar".

Su ética de producto no surgió de la noche a la mañana. En su paso por Medellín, experiencias como El Cielo y, luego, La Deriva (cocina de mar) afianzaron su conexión con el Pacífico. Con esto convirtió la rotación natural del mar en una virtud culinaria que le ha permitido garantizar una trazabilidad casi "del mar a la mesa".

Pero su mapa se expande por el Eje Cafetero y los Montes de María, de donde provienen productos nativos, criollos y endémicos con los que estructura la narrativa del menú.

También incorporó una hoja de ruta anual por temporadas que desarrolló junto a investigadores de Test Kitche Lab. Allí construyó una hoja de ruta nacional y estacional de productos que le permitió llegar, por ejemplo, a la mafafa —un tubérculo primo de la yuca, más dulce y con mayor almidón— o el chiova, madera usada en carpintería cuyo fruto seco aporta notas de canela y avellana. Con esto, llegaron a preparaciones que les permitieron entender los productos, aprender a manejarlos y llevarlos a los comensales.

De ahí nace el menú degustación como viaje: un recorrido por regiones y productos que rota con el año y ofrece una entrada amigable a la despensa nacional para huéspedes y visitantes que llegan por primera vez a Medellín o al hotel.

### Medellín: del show al contenido

David es parte de una "nueva ola" de cocineros y restaurantes que están consolidando un cambio de paradigma en Medellín: menos artificio, más producto y técnica. Según él, la ciudad, impulsada por el turismo, pasó del espectáculo de humo y nitrógeno a una idea más madura: que el plato hable por sí mismo. Hoy convive con referentes de mayor trayectoria —Zambombi, Carmen, Idílico— y con nuevas propuestas —Sombra, Espíritu, Casa Barranco— que apuntan en esa dirección.

> *A finales de 2018 aterrizó nuevamente en Colombia, pero esta vez en Medellín.* ***La capital antioqueña no solo lo enamoró con su clima, su gente y su ritmo, sino que se convirtió en el laboratorio ideal para su propuesta.***

Este aterrizaje conceptual implica también un reto de gestión. Él mismo lo vivió en La Makha. Los primeros meses fueron de estandarización, construcción de equipo y ajuste de capacidades para alinear la cocina con la ambición culinaria. El resultado: un equipo más sólido y una carta nueva que los huéspedes —primer público objetivo— han recibido con entusiasmo.

Además, ha desafiado una idea instalada: que un restaurante de hotel es "un servicio más" y no un destino en sí. Su objetivo es que La Makha se reconozca por su nombre propio, levantando una marca gastronómica con identidad, capaz de atraer huéspedes y público local por igual.

### Legado: pasión, productores y una Medellín gastronómica

Cuando se le pregunta por legado, David vuelve al origen: devolverle pasión al oficio. “Siento que eso es muy importante, que la gente verdad ame esto que hacemos en el día a día (...), hay que ponerle amor a esto para que las cosas salgan bien”, afirma.

En lo práctico, su legado pasa por consolidar la filosofía del producto local, cortar la tercerización y comprar al productor principal siempre que sea posible.

Pero la ambición va más allá del restaurante: sueña con contribuir a que Medellín se vuelva un destino gastronómico. “Hay gente que viene de otras partes del mundo y llega a Cartagena y quiere comer en Celele o llega a Bogotá y quiere comer en El Chato, pues quiero que Medellín también se vea de esa manera”, comenta.

Ese legado exige *constancia*: resistir ciclos de turismo, cuidar la estructura financiera y construir una “columna vertebral” de equipo para que la propuesta no dependa de un puñado de manos, sino de un sistema que aprende, estandariza y mejora.

De la disciplina del fuego a la investigación del territorio, Ochoa y Suárez impulsan una Medellín más consciente, sabrosa y sostenible. Su legado: formar equipos, respetar al productor y convertir cada mesa en un viaje por Colombia.






# Cuando aprender d comer se convierte en toda una experiencia

**El pasado 12, 13 y 14 de septiembre, Medellín fue testigo de una propuesta innovadora que busca cambiar la forma en que los más jóvenes entienden la alimentación. En el Parque Comercial El Tesoro se llevó a cabo el lanzamiento oficial del Tour Devoradores, una iniciativa de USMEAT Colombia que combina diversión, educación y sabor, dirigida especialmente a niños y adolescentes.**





La actividad nace con un propósito claro: enseñar desde la temprana edad la importancia de una buena nutrición y el papel fundamental que cumplen las proteínas de res y de cerdo dentro de una dieta equilibrada. Pero lo hace de manera fresca y entretenida, derribando mitos y acercando a los más jóvenes a temas que pocas veces se abordan con ellos de forma directa: desde cómo descongelar la carne correctamente hasta entender cómo influye en su desarrollo físico y en la energía que necesitan para crecer y rendir día a día.

## Una propuesta educativa diferente

El Tour Devoradores no es una charla aburrida ni una clase de nutrición tradicional. Es un espacio diseñado para que las familias aprendan jugando y participando activamente. Durante la actividad, los participantes tienen la oportunidad de disfrutar de juegos interactivos, dinámicas de habilidad y experiencias con realidad aumentada que convierten el aprendizaje en un reto divertido. Cada estación los invita a descubrir un aspecto del mundo de las carnes: desde su valor nutritivo hasta consejos prácticos para incorporarlas de manera correcta en su alimentación.

Además, el recorrido incluye la posibilidad de degustar preparaciones deliciosas que demuestran cómo la carne de res y cerdo de Estados Unidos puede integrarse fácilmente a recetas cotidianas, aportando sabor, energía y nutrición. La experiencia es multisensorial: se aprende, se juega y se prueba, logrando que los mensajes educativos queden grabados en la memoria de todos los participantes de una manera positiva y entretenida.

## Derribando mitos, construyendo hábitos

Uno de los grandes objetivos del Tour Devoradores es derribar creencias erróneas alrededor del consumo de carne. De la mano de expertos en nutrición y cocina, los niños y adolescentes descubren que elegir proteína de calidad no solo es delicioso, sino fundamental para crecer fuertes, activos y saludables.

## USMEAT Colombia: más que un promotor, un aliado

Detrás de este proyecto está USMEAT Colombia, la oficina local de la U.S. Meat Export Federation (USMEF), organización sin ánimo de lucro que trabaja para promover el consumo de la carne de res y de cerdo de Estados Unidos en el mundo. Su misión no es solo hablar de cortes y preparaciones, sino crear cultura alimentaria, aportando información útil y herramientas para que los consumidores puedan tomar decisiones conscientes y responsables.
Con el Tour Devoradores, USMEAT Colombia da un paso adelante en su propósito de conectar con las nuevas generaciones. Porque educarlos no solo impacta sus hábitos actuales, sino que siembra las bases de una relación más sana y consciente con la comida en el futuro.

## Medellín fue el punto de partida

El Parque Comercial El Tesoro fue el escenario perfecto para el lanzamiento oficial del Tour Devoradores. Familias enteras participaron de la actividad, y los más pequeños disfrutaron de un recorrido lleno de aprendizaje, sabor y experiencias interactivas. La jornada dejó en claro que cuando la educación se presenta de forma entretenida, los niños no solo escuchan: se involucran, preguntan y se motivan.

## Un recorrido que llegará a más ciudades

El lanzamiento en Medellín fue solo el inicio. El Tour Devoradores ya tiene planificado su paso por diferentes centros comerciales, colegios y puntos de interés en varias ciudades del país.
Cada parada del tour será una oportunidad para multiplicar el impacto, involucrar a más familias y seguir consolidando un mensaje clave: alimentarse bien no tiene por qué ser complicado, y la carne de res y cerdo de Estados Unidos puede ser la mejor aliada en el proceso de crecer fuertes, sanos y con energía.
Con iniciativas como esta, USMEAT Colombia reafirma su compromiso de estar cerca de los consumidores, ofreciendo no solo productos de calidad, sino también experiencias que enriquecen la vida de quienes participan. Porque al final, devorar conocimiento es tan importante como devorar un buen corte de carne.






**NUESTRAS REDES**

usmeatcolombia

www.usmeatcolombia.com

Tour
# DEVORADORES

**◆ EL SABOR DE SABER MÁS DE LO QUE SABES ◆**

una experiencia que educa, entretiene y alimenta.

# Sombras



## ALTA COCINA EN ABSOLUTA OSCURIDAD

*Sombras, del Grupo Seratta, apaga la vista para encender los sentidos: alta cocina a oscuras, guiada por personas ciegas, donde inclusión y excelencia se encuentran.*

En un mundo gastronómico que a menudo compite por deslumbrar con luces, vajillas ostentosas y montajes fotogénicos, Sombras propone lo contrario: apagar la vista para encender todos los demás sentidos. Este nuevo proyecto del Grupo Seratta, ubicado en el complejo Campo dei Fiori en Bogotá, se presenta como el primer establecimiento de alta cocina en Colombia y Latinoamérica atendido por personas ciegas, un concepto que integra cocina sensorial, neurociencia aplicada y una apuesta seria por la inclusión laboral.

## Una experiencia diseñada para confiar

"Bienvenidos a nuestro mundo", es como los hosts reciben a los comensales en el salón que solo admite a 12 personas por expriencia. Hoy, Sombras cuenta con tres asesores gastronómicos ciegos: Zenaida Merchán, John García y Carlos Quintero. Este último, además, es DJ técnico profesional y se desempeñó como ingeniero de sonido del restaurante, responsable de las mezclas que acompañan la función. La presencia de estos profesionales revela un matiz clave: la sala es un espacio seguro y dominado por el equipo, donde no hay cabida para la condescendencia, sino para la excelencia operativa.

A lo largo del servicio, que dura 90 minutos, ellos conducen con voz serena y referencias precisas. El comensal aprende a confiar, a recibir el bocado correcto en el momento indicado, a calibrar su cuerpo en la silla, a reconocer una copa por su temperatura y su perfil. Aquí, "cada bocado y cada sorbo son actos de confianza": confianza en el equipo, confianza en uno mismo y confianza en el pensamiento de que, al suspender la vista, nos abrimos a nuevas formas de percibir.

Se trata de escuchar y estar presentes para permitir que un plato "cuente una historia, sane, conmueva" en quien está dispuesto a dejarse llevar.

La degustación de siete tiempos da margen para un arco narrativo completo. La progresión se apoya en contrastes (caliente/frío, crujiente/cremoso, intenso/delicado) y en notas umami que amplifican la percepción. En ausencia de la vista, la memoria gustativa y la imaginación del comensal se vuelven protagonistas. El equipo, a su vez, corre detrás de bambalinas invisibles para que lo que se experimenta en mesa parezca natural. Esa naturalidad exige ensayo y disciplina: un teatro de precisión en el que cada gesto cuenta.

## El liderazgo creativo detrás de Sombras

La idea surgió de Jairo Palacios Ospina, fundador, CEO y chef creativo del Grupo Seratta, quien decidió ir más allá de la innovación culinaria para cuestionar, desde la cocina, una realidad social: según relata, en Colombia hay más de cuatro millones de personas ciegas y el 87 % está sin empleo. Su respuesta no fue un programa de responsabilidad social periférico, sino un restaurante en el que las personas ciegas no solo trabajan: son protagonistas.

En lo gastronómico, Palacios Ospina trabajó de la mano con Yesid Vanegas, Chef Corporativo del complejo Campo dei Fiori. El menú, inspirado en los cinco continentes y concebido con un acento en el umami, está pensado para sorprender al paladar y agudizar los sentidos con el juego de sabores, texturas, temperaturas y aromas que se vuelven más nítidos en la oscuridad.

## Metodología de servicio: cuando "el orden es luz"

La experiencia en sala no se sostiene en la improvisación, sino en un diseño minucioso de procesos y una formación intensiva. La capacitación fue liderada

por José Joaquín Rey Villada, Director de Capacitación del Grupo Seratta. Con apoyo del equipo y a partir de escuchar a los propios asesores ciegos, se diseñó una mesa en forma de U, se marcaron posiciones con servilletas y topes de madera y se estableció una coreografía exacta para montar cubiertos, copas y platos con precisión milimétrica. Como sintetizan sus alumnos, "el orden es luz en la oscuridad".

El plan de aprendizaje incluyó módulos teóricos y prácticos: desde brillar cubiertos y copas, servir agua midiendo el tiempo, caminar con el plato nivelado y escuchar el entorno para anticipar movimientos sin ver. Esta metodología, revisada y pulida durante semanas, aseguró autonomía, precisión y seguridad en cada gesto de servicio.

Además del entrenamiento interno, Sombras articuló asesoría externa: el Instituto Nacional para Ciegos (INCI) y colectivos de personas con discapacidad visual acompañaron el diseño de un sistema de montaje táctil y rutinas de servicio con precisión absoluta. Como resultado, el Centro Nacional de Hotelería inició el proceso de certificación por competencias laborales para los nuevos asesores gastronómicos.

Aquí no se improvisa nada. Cada movimiento, cada posición de los elementos, cada paso del equipo está ensayado con rigor para que la experiencia suceda con naturalidad, sin sobresaltos y con el acompañamiento respetuoso de quienes conocen, mejor que nadie, la sala en penumbra.

## Cocina sensorial con propósito

Que Sombras sea una experiencia sensorial no le resta ser una declaración de principios. La propuesta invita a replantear la manera en que solemos "ver" al otro y a reconocer el talento que por años fue invisible. El mensaje de fondo es directo: la inclusión no es un gesto de caridad ni una estrategia de marketing; "la inclusión es evolución y revolución", afirma Palacios.

Este posicionamiento se enlaza con la dimensión culinaria. Un menú de autor, construido en torno al umami y a cinco geografías gustativas, reta al comensal a leer sabores y texturas como si fueran un mapa. En este sentido, la ausencia de luz juega un papel clave que permite que la atención se concentre en lo esencial: aromas, temperaturas, crujientes que estallan y cremosidades que envuelven. El objetivo, como subraya el equipo creativo, es despertar emociones y generar recuerdos.

***Aquí no se improvisa nada. Cada movimiento, cada posición de los elementos, cada paso del equipo está ensayado con rigor para que la experiencia suceda con naturalidad,*** *sin sobresaltos y con el acompañamiento respetuoso de quienes conocen, mejor que nadie, la sala en penumbra.*

## Logística, seguridad y hospitalidad en negro absoluto

La pregunta inevitable es: ¿cómo se garantiza que todo funcione en un entorno a oscuras? La respuesta está en la ingeniería de detalles. La mesa en U, las marcas táctiles y la coreografía del montaje reducen el margen de error y hacen predecible lo que sucede a cada segundo. El caminar con plato nivelado, el servicio cronometrado del agua y la escucha activa del entorno convierten lo que sería un desafío en rutina controlada.

Ese guion, lejos de encorsetar, libera al equipo y al comensal: uno opera

con seguridad y el otro se abandona a la experiencia. La música, curada y mezclada con precisión, subraya momentos del menú y define el tempo del servicio —otra capa sensorial que guía en ausencia de luz—. En conjunto, todo el dispositivo logra que la oscuridad no sea desorientación, sino lenguaje.

### Un aporte a la conversación pública

Más allá de su valor gastronómico, Sombras participa en una conversación mayor: el empleo de personas con discapacidad visual y la construcción de espacios laborales de alto desempeño. Si, como advierte Palacios Ospina, el desempleo golpea con fuerza a esta población, entonces proyectos como este pueden convertirse en modelos replicables que muestran cómo la excelencia y la inclusión pueden reforzarse mutuamente.

La hoja de ruta —formación específica, adaptaciones táctiles, rigurosidad operativa, certificación por competencias y acompañamiento institucional— ofrece un manual de buenas prácticas que otras organizaciones podrían seguir. En vez de preguntarse "cómo integrar", Sombras sugiere preguntar "qué necesitamos transformar" en procesos, estándares y mentalidades para que el talento florezca.

### El comensal como protagonista... que aprende a escuchar

El diseño de la experiencia asume que el comensal es sujeto activo. Al entrar en silencio y sin luces, la mente busca rápidamente anclas: el ritmo de la música, la textura de un mantel, el aroma que anuncia el siguiente tiempo, una instrucción clara que evita el tropiezo. La hospitalidad, aquí, consiste en acompañar ese tránsito, sostenerlo con calidez y dejar que la curiosidad haga lo demás. Las indicaciones del equipo —construidas desde la experiencia vivida de la ceguera— convierten el miedo inicial en confianza.

Sombras no es únicamente un "restaurante a oscuras"; es un dispositivo que reordena prioridades. En lugar de competir por la foto, apuesta por la escucha; en vez de prometer "sorpresa" con pirotecnia visual, trabaja con la sutileza de un menú de autor y una puesta en escena impecable. Lo crucial es que no sacrifica excelencia en nombre de inclusión: demuestra que ambas se potencian cuando los procesos están bien diseñados y el equipo está formado, certificado y empoderado. Desde Bogotá, este proyecto del Grupo Seratta pone sobre la mesa una afirmación simple y poderosa: la mejor gastronomía es la que nos hace sentir. En palabras de su impulsor, la inclusión; es la forma más avanzada y justa de construir servicios memorables y equipos extraordinarios.



GOLDEN®
Vinagres Naturales




LA ESCENCIA ÁCIDA
QUE ELEVA TU COCINA

45 VARIEDADES DE VINAGRES
Y SIDRAS FERMENTADAS

Ordena tu vinagre:
GUINEO A LAS FINAS HIERBAS
Arroz orgánico
AROMATIZADOS
Manzana
Balsámico
LOS CUATRO LADRONES

WORLD KOSHER WK PARVE
CERTIFICADO BAJO SISTEMA HACCP Invima

Conóce nuestro catálogo en:
www.vinagresgol
315 563 20 80
info@vinagresgolden.co

# Basilic,

## UNA EXPERIENCIA DE ALTA COCINA CON INGREDIENTES COLOMBIANOS

*En Basilic, restaurante del Sofitel Victoria Regia, el chef Néstor Mesa eleva ingredientes colombianos con técnica francesa y trazabilidad, creando alta cocina con identidad y control operativo. Un modelo, sin duda, replicable para hoteles, restaurantes y catering.*

**Por: Valentina Sánchez** | Periodista revista La Barra



Frente a un mercado que exige coherencia, sostenibilidad y diferenciación, el chef Néstor Mesa ha desarrollado en el restaurante Basilic del hotel Sofitel Victoria Regia una propuesta culinaria que toma lo mejor del producto colombiano y lo transforma, con rigor técnico, en una experiencia gastronómica de alto nivel. Un modelo aplicable para operadores del sector HORECA que buscan combinar identidad, control operativo y valor agregado real.

La gastronomía colombiana cuenta con una de las despensas más amplias de América Latina. Sin embargo, su uso dentro del sistema profesional especialmente en hoteles, restaurantes y catering sigue siendo limitado. La alta cocina, en muchos casos, se construye con insumos importados y referencias extranjeras, mientras los productos locales se reservan para platos tradicionales o de bajo costo.

# INOCUIDAD, EFICIENCIA
# Y MÁXIMA LIMPIEZA CON:




MÁXIMO PODER DE LIMPIEZA

REEMPLAZA TRAPOS CONVENCIONALES

MÁXIMA RESISTENCIA Y ABSORCIÓN

LIMPIA ACEITES Y GRASAS INDUSTRIALES

## ELEVAMOS EL ESTÁNDAR
## de la higiene profesional

Maxwipe es la línea de paños de uso extendido de Elite Professional, pensada para ofrecer limpieza profesional con eficiencia, resistencia y trazabilidad.

**80**

Máxima durabilidad, limpieza pesada sin residuos.

**70**

Alta resistencia y absorción, reemplaza trapos convencionales.

**60**

Diseño compacto, alta absorción y secado rápido.

MAXWIPE Elite PROFESSIONAL

**ESCANEA EL QR CODE PARA SOLICITAR MAXWIPE**

**SOLICITA YA TU COTIZACIÓN Y LLEVA AL MÁXIMO LA LIMPIEZA PROFESIONAL.**

www.eliteprofessional.com.co



**Néstor Mesa**

Chef restaurante Basilic

> "Para mí es importante la riqueza de las especies, de los tubérculos, las frutas y todo lo que hace que la cocina colombiana sea variada y versátil en sus sabores, **sin perder la esencia francesa que permite dar ese toque gourmet a cada preparación"**

Este modelo desconecta la oferta gastronómica de su entorno y reduce la capacidad de diferenciarse en un mercado saturado. Al mismo tiempo, el comensal actual exige más que sabor: quiere saber de dónde viene el producto, cómo se trabaja y qué valores representa.

Frente a ese contexto, algunos cocineros están replanteando el sistema desde adentro. Uno de ellos es Néstor Mesa, chef ejecutivo del Sofitel Victoria Regia, quien ha desarrollado una propuesta en la que el ingrediente colombiano no solo es protagonista, sino el punto de partida de una cocina con técnica, narrativa y proyección.

## Cocinar con propósito: técnica y origen

Mesa parte de una pregunta operativa: "¿Estás cocinando para alimentar o para transformar?". En su cocina, transformar no es reinterpretar por estética, sino entender el producto y aplicarle la técnica adecuada. La ejecución se convierte en el puente entre el origen y la experiencia en mesa.

El menú del Sofitel incluye platos construidos desde esa lógica: una croqueta de tamal huilense, pan boyacense con mantequilla de albahaca, un fortín de cangrejo y reinterpretaciones de la arepa como base de cocina de autor. Todo bajo una estructura técnica clara, con control de temperatura, equilibrio y limpieza.

"La clave está en aplicar una buena técnica y respetar el producto", afirma Mesa. Aunque algunos platos clásicos como el beef Wellington se mantienen por perfil de cliente, el equipo de cocina ha logrado incorporar una narrativa local sin perder consistencia ni estándar.

## Trazabilidad como valor operativo

Uno de los ejes del modelo de Mesa es la trazabilidad. Saber quién cultiva el tomate, quién produce el queso o quién hace la mantequilla no es solo una historia para el comensal: es parte del control de calidad. "Lo que hacemos es darle visibilidad a quienes son invisibles: el productor, el campesino, el artesano".

Esa trazabilidad se convierte en parte del sistema, no del relato decorativo. Permite seleccionar mejor el insumo, establecer relaciones de largo plazo con proveedores y construir una experiencia más coherente en sala. Para el sector HORECA, es una vía para mejorar control de costos, narrativa de marca y valor percibido.

"Para mí es importante la riqueza de las especies, de los tubérculos, las frutas y todo lo que hace que la cocina colombiana sea variada y versátil en sus sabores, sin perder la esencia francesa que permite dar ese toque gourmet a cada preparación", afirma el chef. El equilibrio es claro: lo local define el qué; la técnica, el cómo.

## Técnica internacional, identidad local

Mesa no plantea una cocina folclórica ni temática. Su formación técnica principalmente en cocina francesa le permite desarrollar platos con ingredientes nacionales sin recurrir a lo "típico". Lo local no se presenta como exótico, sino como materia prima válida para construir alta cocina.

Queso Paipa, plátano, maíz, yuca, pescado del Caribe, hierbas del altiplano… no son elementos accesorios en su cocina. Son el centro del plato, tratados con precisión, equilibrio y propósito. La técnica no está en opo-




WHATSAPP: (+57) 323 792 4917
CORREO: contacto@globalstorems.com.co

# TRIBU DE FUEGO

## ¡Donde el fuego une, nace una leyenda!

El barril ahumado no es solo una parrilla, es la herramienta perfecta y personalizable para que tu asado sea inolvidable.

**¡ESCANÉAME!**

GLOBAL STORE
MARKET AND SUPPLIES

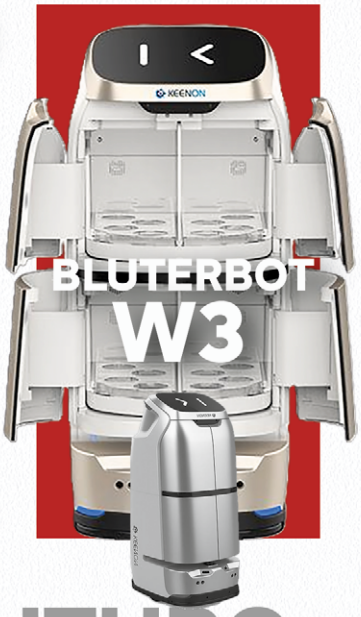
WHATSAPP: (+57) 323 792 4917
CORREO: contacto@globalstorems.com.co










# REDEFINIENDO EL FUTURO

DISTRIBUIDOR OFICIAL DE KEENON



sición al territorio; es la herramienta para expresarlo con mayor claridad.

Este enfoque evita caer en imitaciones extranjeras o en estéticas forzadas. Se construye desde la lógica operativa, pero con una narrativa clara que el cliente entiende y valora.

> ***"Para mí es importante la riqueza de las especies, de los tubérculos, las frutas y todo lo que hace que la cocina colombiana sea variada y versátil en sus sabores,*** *sin perder la esencia francesa que permite dar ese toque gourmet a cada preparación".*

## Un modelo replicable en el sector

Lo que Mesa ha logrado en el Sofitel Victoria Regia no es una excepción, es un modelo replicable. Para hoteles, restaurantes y operadores que buscan diferenciar su propuesta sin sacrificar técnica ni estándar, esta es una ruta clara: trabajar con producto colombiano, aplicar técnica rigurosa, construir narrativa y generar trazabilidad.

Esto implica decisiones: identificar proveedores, capacitar brigadas, rediseñar el menú con base en la estacionalidad y ajustar los procesos internos para trabajar con ingredientes frescos y locales. Pero también representa una ventaja competitiva difícil de replicar por marcas genéricas.

## Experiencia Basilic: cocina y sala hablan el mismo idioma

El diseño del restaurante Basilic, ubicado en el exclusivo sector de La Cabrera en Bogotá, es una extensión natural del discurso culinario. El espacio combina la elegancia francesa que caracteriza al Sofitel con una paleta de

NUEVO

# SIIGO POS

GastroBar

## La Receta perfecta para tu negocio

**En donde tienes:**

- **Creación** de combos y recetas
- **Control** de mesas
- **Gestión** de Inventarios
- Facturación **electrónica**
- **Control** de turnos y propinas
- División de pagos **en segundos.**

***y mucho más***



**Escanea y Descubre más**

*Aplican terminos y condiciones

colores que evoca la riqueza natural de Colombia: verdes esmeralda, azules intensos y detalles que remiten a la biodiversidad nacional.

Además, la terraza exterior se inspira en el espíritu de las calles parisinas y ofrece un entorno ideal para disfrutar de tardes y noches bogotanas. Allí, la experiencia gastronómica se complementa con una excelente selección de bebidas y cócteles, curados con el mismo rigor que los platos.

El resultado es un ambiente encantador, donde la cultura francesa y la colombiana conviven sin estridencias, dando lugar a una experiencia culinaria única e inolvidable.

Basilic articula una alta cocina con identidad colombiana y técnica francesa, donde el ingrediente local es punto de partida y la trazabilidad se integra al control operativo. La propuesta del chef Néstor Mesa demuestra que es posible diferenciarse combinando rigor, narrativa y coherencia entre cocina y sala: platos precisos, proveedores visibles y un espacio que prolonga el discurso culinario —desde la paleta que evoca la biodiversidad hasta la terraza de espíritu parisino y una curaduría de bebidas a la altura del menú—. El resultado es una experiencia sólida y replicable para el sector HORECA, sustentada en origen, consistencia y valor agregado real.



SANITISU®
PROFESSIONAL

# EXPERTOS EN SOLUCIONES INTELIGENTES PARA CADA SECTOR




PRODUCTO BIODEGRADABLE

USO RESPONSABLE DEL AGUA

USO EFICIENTE DE ENERGÍAS

EMPAQUE RECICLABLE

## EN SANITISU® PROFESSIONAL TE OFRECEMOS SOLUCIONES SOSTENIBLES Y DE ALTA CALIDAD

@SanitisuColombia | Sanitisu Professional | sanitisuprofessional | sanitisu_proffesional

GRANDBAY PAPER & CARE PRODUCTS Corp.

PAPELES NACIONALES S.A.S.

harinera del valle
Sabe de alimentos

HARINA DE TRIGO
haz®
de oros
¡Rinde que da gusto!

# Una harina
## hecha para
# Expertos




Descubre la harina que impulsa
la industria panadera en Colombia

@hazdeorospanaderia