



Chile

# Canal Horeca

LA REVISTA DE LOS PROFESIONALES DEL FOOD SERVICE



Canal  
Horeca

Guía  
**HORECA**  
www.guiahoreca.cl

**800**.cl



Canal  
Horeca

Guía  
HORECA  
[www.guiahoreca.cl](http://www.guiahoreca.cl)

800.cl

Revista Canal Horeca es una publicación especializada digital, **dirigida al profesional** que toma la decisión de compra en hoteles, restaurantes, empresas de catering, banqueteros, fast food, panaderías, pastelerías, gelaterías, cafeterías, y todos aquellos establecimientos denominados “Out of Home” o de “Alimentación Fuera del Hogar”.

Hoy somos **media group** con [GuiaHoreca.cl](http://GuiaHoreca.cl) y [800.cl](http://800.cl), una fusión colaborativa, donde Revista Canal Horeca aporta con su contenido y valor en la industria alimentaria a los largo de sus **20 años**, a través de su **publicación mensual**.

En tanto **Guía Horeca y 800**, con **22 años en el mercado**, brinda una plataforma tecnológica de gran envergadura y escalabilidad en internet, con una vasta experiencia desarrollando directorios, portales web y guías.

También es parte del **Programa de Uso de la Marca Chile**, de la **Fundación Imagen de Chile**. Todas nuestras publicaciones llevan el logo de Marca Chile, contribuyendo a difundir los rubros de la gastronomía, hotelería y turismo de Chile.



## Revista Canal Horeca logra un alcance a más de 7 mil personas de la industria alimentaria especializada:

- Hoteles, Restaurantes, Casinos, Emprendedores y Banqueteros.
- Panaderías y Pastelerías.
- Industria de Bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- Industria de Alimentos e insumos.
- Industria de Aseo e Higiene.
- Industria de Packaging.
- Mercado Retail, Supermercados, Canal Tradicional.
- Distribuidores especializados.
- Tiendas de Conveniencia.
- Proveedores de las principales categorías de la industria.
- Asociaciones gremiales, entre otros.

### Alcances y métricas

Con Revista Canal Horeca puedes llegar a tener más de 100 mil visualizaciones y 1,4 mil interacciones en promedio al mes en nuestra red social IG.

Podrás acceder a que un numeroso público profesional de la industria alimentaria pueda ver tus productos y servicios. A través de nuestra revista, nuestra web con 5.000 visitas mensuales, y nuestras redes sociales IG, Facebook, X, LinkedIn y actualmente YouTube.



Canal  
Horeca

Guía  
**HORECA**  
[www.guiahoreca.cl](http://www.guiahoreca.cl)

**800.cl**

## Presencia en destacados eventos

- Revista Canal Horeca está presente en los eventos y ferias de la industria alimentaria, hotelera y turística más importantes.
- Presencia todos los años en Espacio Food & Service.
- Presencia en Congreso de Hoteleros de Chile.
- Business Travel Expo Santiago (BTE).
- Diversas ferias del rubro gastronómico.

## Media Partners

- Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga).
- Hoteleros de Chile.
- Espacio Food & Service.
- Incubaveg.
- Vinos Íconos Chilenos.
- Piscos Íconos Chilenos.
- Guía Horeca y 800.cl.
- Asociación de Periodistas de Turismo (APTUR).



## Distinciones Revista Canal Horeca

- Premio otorgado a Revista Canal Horeca el 2022 por Espacio Food &Service en conmemoración de los 10 años del evento.
- Premio otorgado por INCUBAVEG el 2023 a Revista Canal Horeca en el Congreso Chile Plant Based.
- Nominación a la directora Daniela Salvador, por los premios de Mujeres en Turismo Chile, METCH, en la categoría Mujer Directiva, el 2023.
- Nominación a Revista Canal Horeca en Premio internacional Pasaporte Abierto- Colombia 2024, organizado por la Organización Mundial de Turismo.
- Daniela Salvador ha sido dos veces jurado para Aramark Chile en el marco del International Chef's Cup, el 2022 y 2023.
- Daniela Salvador fue jurado el 2024 en el torneo gastronómico de Sabores Natalinos, compartiendo mesa con Yann Yvin, Sergi Arola y Eugenio Melo.
- Revista Canal Horeca obtiene el premio al medio de comunicación, otorgado por la Asociación de Periodistas de Turismo, APTUR, el 2024.
- Daniela Salvador es parte del libro "Mujeres en Gastronomía en Chile", elaborado por Blanca García de la Universidad de Alcalá, en conjunto con Erika Salvaj, de la UDD.
- Revista Canal Horeca nominada en la categoría: "Aporte desde los medios y redes sociales a la Gastronomía", en los Premios Fuego 2025.

# Propuesta Comercial



PÁGINAS INTERIORES Y TAPAS  
21,5cm x 27,5 cm  
(ancho x alto)

The collage includes:

- A close-up of a sandwich on a white plate.
- A coffee cup with a cinnamon stick and a spoon.
- A dessert with a chocolate drizzle.
- A view of a restaurant interior with green-tiled walls and a counter.
- A woman smiling, part of a promotional graphic.
- A red brochure titled "CURSOS PARA HOTELES" by "VICENCIO CONSULTORES". The brochure lists 11 courses:
  - 01 CALIDAD EN EL SERVICIO HOTELERO
  - 02 TECNICAS DE VENTAS HOTELERAS
  - 03 FORMACION DE SUPERVISORES HOTELEROS (I Y II)
  - 04 MANEJO DE CONFLICTOS INTERNOS Y EXTERNOS
  - 05 SERVICIO DE GARZONES RESTAURANT
  - 06 SERVICIO DE MUCAMAS HOUSEKEEPING
  - 07 INGLÉS HOTELERO E-LEARNING Y PRESENCIAL
  - 08 PORTUNO HOTELERO E-LEARNING Y PRESENCIAL
  - 09 PROGRAMACION NEUROLINGÜISTICA PNL PARA HOTELEROS
  - 10 COACHING PARA JEFES Y GERENTES HOTELES Y RESTAURANTES
  - 11 MANEJO DE ESTRÉS Y MOTIVACIÓN EQUIPOS HOTELEROS

## PLAN 1

- Un **Aviso** mensual tamaño **Página Completa** en la Revista Canal Horeca Digital, Período marzo a diciembre (10 ediciones).
- **5 reportajes** en Revista Canal Horeca. Incluye producción de contenido, fotos y videos.
- **Publicación de los reportajes** en la Revista y web [canalhoreca.cl](http://canalhoreca.cl), y en formato de reel en nuestras redes sociales: Instagram, Facebook, X, LinkedIn y YouTube.
- **1 mailing mensual** de la empresa dirigido a nuestra base de datos (10 meses).
- **1 banner permanente** de la empresa en la web [Canalhoreca.cl](http://Canalhoreca.cl)
- Plan “*Impulso*” de [GuiaHoreca.cl](http://GuiaHoreca.cl) y [800.cl](http://800.cl)
  - **1 banner publicitario random.**
  - **Publicación destacada** en el Directorio.
  - **Perfil completo y libre de publicidad.**

Valor de la publicación mensual de \$330.000 más IVA.

Valor total al año: \$3.300.000 más IVA.

Valores 2025.

# Propuesta Comercial



**½ PAGINA  
VERTICAL  
11 x 27,5 cm.  
(ancho x alto)**

**½ PAGINA  
HORIZONTAL  
21,5 x 14 cm.  
(ancho x alto)**

## PLAN 2

- Un **Aviso** mensual tamaño Media Página en la Revista Canal Horeca Digital, Período marzo a diciembre (10 ediciones).
- **5 reportajes** en Revista Canal Horeca. Incluye producción de contenido. **Tres sesiones de fotografías y tres producciones audiovisuales.**
- **Publicación de los reportajes** en la Revista y web [canalhoreca.cl](http://canalhoreca.cl), y en nuestras redes sociales: Instagram, Facebook, X, LinkedIn y YouTube.
- **5 mailing al año** de la empresa dirigido a nuestra base de datos.
- **1 banner permanente** de la empresa en la web [Canalhoreca.cl](http://Canalhoreca.cl)
- **Plan “Impulso”** de [GuiaHoreca.cl](http://GuiaHoreca.cl) y [800.cl](http://800.cl)
  - 1 banner publicitario random.
  - Publicación destacada en el Directorio.
  - Perfil completo y libre de publicidad.

CAFETERÍAS

siempre es mejor”, porque Rodrigo la pone detalles distintos cada vez. La carta no es extensa, pero si profunda...bocaditos pensados para acompañar el café, pero también para atraerse el alma.

¿Y qué los diferencia de otras cafeterías de especialidad?

“De partida, no nos movemos ni un milímetro. Aunque trabajan con café de especialidad, y los procesos también lo son, evitan que el café sea el protagonista. Nosotros queremos que el cliente escucha ‘especialidad’ y se imagine algo de lo que no ha visto o no ha sabido. Los momentos entre quienes se reúnen por la experiencia, no por el etiqueta”, agrega.

“Es que Santa Catena no busca impresionar, busca conectar. Que el cliente se sienta bien, que se sienta dueño, que comunique. Que quizás termines charlando con alguien que no conocías. O que te inviten a una reunión de amigos, no en un local impersonal.

“De partida, no nos movemos ni un milímetro. Aunque trabajan con café de especialidad, y los procesos también lo son, evitan que el café sea el protagonista. Nosotros queremos que el cliente escucha ‘especialidad’ y se imagine algo de lo que no ha visto o no ha sabido. Los momentos entre quienes se reúnen por la experiencia, no por el etiqueta”, agrega.

“Es que Santa Catena no busca impresionar, busca conectar. Que el cliente se sienta bien, que se sienta dueño, que comunique. Que quizás termines charlando con alguien que no conocías. O que te inviten a una reunión de amigos, no en un local impersonal.

“El mayor desafío?

“Romper con el estigma de que o necesitas ser profesional para ser de especialidad. Nosotras queremos ser ambas. Y demostrar que se puede”.

Más sobre Santa Catena. En RíoRío, en el Centro, donde hay ganas de recuperar la cultura del café, se sirven pasteles que el café pueda seguir haciendo compañadas. Por su final, como bien dice su consigna:

“Ninguna alegría ni ninguna pena se pasa tomando agua. Ni así con un café.”

Santa Catena Av Providencia 2471, Providencia, Santiago, Chile [SantaCatena.cl](http://SantaCatena.cl)

CAFETERÍAS

raños dando sus primeros pasos en la atmósfera hasta familias que llegan en masa porque alguien probó un menú y quedó encantado. Un grupo de estudiantes vino a ver juicio sus resultados de la PAES. Hoy ya tienen su espacio en el local. Los fines de semana, sesiones de entretenimiento para los más chicos. “La gente viene a Santa Catena porque se siente bien, porque se siente seguro. Como dice Rosario, ‘solo nos faltó que aquello se declare aquí’.

¿El futuro?

Más Santa Catena. En RíoRío, en el Centro, donde hay ganas de recuperar la cultura del café, se sirven pasteles que el café pueda seguir haciendo compañadas. Por su final, como bien dice su consigna:

“Ninguna alegría ni ninguna pena se pasa tomando agua. Ni así con un café.”

Santa Catena Av Providencia 2471, Providencia, Santiago, Chile [SantaCatena.cl](http://SantaCatena.cl)

Equipa tu cocina con Grecka

Contáctanos [www.grecka.cl](http://www.grecka.cl) +56 9 6799 0952

25 años acompañando a nuestros clientes al éxito

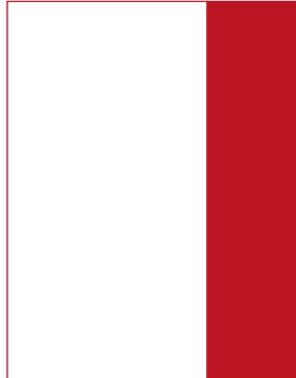
Valor de la publicación mensual de \$300.000 más IVA.

Valor total al año: \$3.000.000 más IVA.

Valores 2025.

# Propuesta Comercial

# Canal Horeca



**½ PAGINA VERTICAL  
7 x 27,5 cm.  
(ancho x alto)**

# PLAN 3

- Un Aviso mensual tamaño **Un Tercio de Página** en la Revista Canal Horeca Digital, Período marzo a diciembre (10 ediciones).
  - **5 reportajes** en Revista Canal Horeca. Incluye producción de contenido. **Una sesión de fotos y una sesión de video.**
  - **Publicación de los reportajes** en la Revista y web **canalhoreca.cl**, y en nuestras redes sociales: Instagram, Facebook, X, LinkedIn y YouTube.
  - **1 banner por 4 meses** de la empresa en la web **Canalhoreca.cl**
  - Plan “***Impulso***” de **GuiaHoreca.cl** y **800.cl**
    - 1 banner publicitario random.
    - Publicación destacada en el Directorio.
    - Perfil completo y libre de publicidad.

Valor de la publicación mensual de \$260.000 más IVA.

Valor total al año: \$2.600.000 más IVA.

Valores 2025.

# Propuesta Comercial



1/4 PAGINA HORIZONTAL  
21,5 x 7 cm.  
(ancho x alto)

The advertisement layout includes:

- A red header section with the text "LICORES".
- A bottle of Beirão Liqueur.
- Two small images: one of a person riding a horse and another of a yellow tram in a city street.
- A section titled "SUGERENCIAS DE CONSUMO" with a recipe for "Beirão Ginger Beer".
- A large image of a panel discussion at the "CONGRESO CHILE PLANT-BASED".
- A red footer section with the text "COTIZA VALORES HORECA" and a phone number.

## PLAN 4

- Un Aviso mensual de tamaño **Un Cuarto de Página** en la Revista Canal Horeca Digital, Período marzo a diciembre (10 ediciones).
- **4 reportajes** en Revista Canal Horeca. Incluye producción de contenido.
- **Publicación de los reportajes** en web [canalhoreca.cl](http://canalhoreca.cl), y en nuestras redes sociales: Instagram, Facebook, X, LinkedIn y YouTube.
  - Las fotos y el material audiovisual será enviado por la empresa.
- Plan “**Impulso**” de [GuiaHoreca.cl](http://GuiaHoreca.cl) y [800.cl](http://800.cl)
  - 1 banner publicitario random.
  - Publicación destacada en el Directorio.
  - Perfil completo y libre de publicidad.

Valor de la publicación mensual de \$140.000 más IVA.

Valor total al año: \$1.600.000 más IVA.

Valores 2025.

# Propuesta Comercial



1/8 PAGINA HORIZONTAL  
21,5 x 3,5 cm.  
(ancho x alto)

**HENRIQUE CAMPOLINA, HEAD OF TOWNSHIP STRATEGY HISPANIC COUNTRIES / ACCOR:**  
"Actualmente, precio, localización y comodidad, en este orden, son los tres principales factores en la experiencia de un hotel".

En relación con tu presentación, actualmente, ¿qué está siendo Accor en materia de servicios y experiencias en desarrollo de plataformas digitales?

Le expectativa del Grupo Accor es mejorar las experiencias digitales de los clientes y lo más importante, dar un toque cada vez más personalizado. Los hoteles tienen que ser más hiperiores y bien los comerciantes antes de efectuar una reserva y nos permite que los consumidores tengan la posibilidad de escoger un hotel con una puntuación de comentarios más elevada. Actualmente, precio, localización y comodidad, en este orden, son los tres principales factores en la experiencia de un hotel".

En términos de desarrollo de plataformas digitales, la mayor estrategia es AUL, Accor Live Limitless, que es un modelo de servicio con más de \$500 mil hoteles en el mundo, un ecosistema multitema y el mejor tiempo, un programa de fidelidad gratuito que ofrece beneficios a sus socios a través de alianzas importantes con empresas relevantes, con el objetivo de dar mayor visibilidad al grupo y ofrecer experiencias desérticas en nuestros hoteles de todo tipo.

Cómo observan que se está reactivando el mercado de turismo de eventos y actividades corporativas?

Por una parte, hemos visto una reactivación de los eventos en la ciudad, que ya difieren entre los profesionales y los turistas. Los turistas corporativos y eventos en los hoteles han aumentado un 30% por debajo de 2019. Tenemos que ver que los profesionales vienen a trabajar y a reunirse en el hotelero, con las actividades híbridas y eso ha traído una dinamización del sector corporativo general.

Above bien, respondiendo a esta tendencia, hemos trabajado el concepto "Work for All", que es ofrecer diferentes tipos de servicios para el trabajo y el ocio. Hemos desarrollado una experiencia que permite combinar las actividades laborales con el placer, de pasar un buen momento en el bar, el restaurante, la piscina, y también, en el servicio co-working (WCW), con espacios de trabajo inteligentes y flexibles que satisfacen todo tipo de necesidades de los profesionales. Creemos que los hoteles no sólo sirven espacios para experiencias extranjeras o nacionales, sino también un punto de encuentro para la comunidad local que se puede complementar con espacios para trabajar o para una experiencia de vida en la ciudad".

Finalmente, ¿qué expectativas tienen para el futuro, especialmente en este tipo de servicios?

Tenemos buenas expectativas para el próximo año, especialmente en las divisiones alimentación (hoteles y otros), que registró superando el 2019 en una tendencia que se mantiene. Además, creemos que el turismo corporativo MICE va a tener con más fuerza en 2023 y los viajes de negocios vuelven poco a poco con fuerza. Vemos que el turismo corporativo es una actividad que tiene que ser más profesional, más organizada, más eficiente, más sostenible y más sostenible, donde las empresas son más conscientes de su impacto social, ambiental y económico. Estamos trabajando en ello y buscando ofrecer soluciones que permitan combinar las actividades laborales con el placer, de pasar un buen momento en el bar, el restaurante, la piscina, y también, en el servicio co-working (WCW), con espacios de trabajo inteligentes y flexibles que satisfacen todo tipo de necesidades de los profesionales. Creemos que los hoteles no sólo sirven espacios para experiencias extranjeras o nacionales, sino también un punto de encuentro para la comunidad local que se puede complementar con espacios para trabajar o para una experiencia de vida en la ciudad".

**ESPECIAL XIII CONGRESO HOTELERO 2022 ALBUM FOTOGRÁFICO**

Centro Cultural Chile & Wine

Centro Cultural Chile & Wine

Directorio Hotelero de Chile

Ponencia Sustentabilidad

Evento Salto del Laja

Showcase

Arranca tu pedido ONLINE

FRUTA FRESCA A TU CASA EN 24 HORAS

www.canalhoreca.cl

Guía HORECA www.guiahoreca.cl

800.cl

## PLAN 5

- Un **Aviso** mensual de tamaño **Un Octavo de Página** en la Revista Canal Horeca Digital, Período marzo a diciembre (10 ediciones).
- **4 reportajes** en Revista Canal Horeca. Incluye producción de contenido.
- **Publicación de los reportajes** en web [canalhoreca.cl](http://canalhoreca.cl), y en nuestras redes sociales: Instagram, Facebook, X, LinkedIn y YouTube.
  - Las fotos y el material audiovisual será enviado por la empresa.
- Plan "**Impulso**" de [GuiaHoreca.cl](http://GuiaHoreca.cl) y [800.cl](http://800.cl)
  - 1 banner publicitario random.
  - Publicación destacada en el Directorio.
  - Perfil completo y libre de publicidad.

Valor de la publicación mensual de \$120.000 más IVA.

Valor total al año: \$1.200.000 más IVA.

Valores 2025.