



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



¿Qué opciones me pueden  
ser útiles si tengo un  
negocio agrícola?



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



## Posibles canales a emplear en el caso de una empresa agrícola

| Canal                 | ¿Me interesa? |
|-----------------------|---------------|
| SEO                   | SI*           |
| Posicionamiento local | SI            |
| SMO                   | SI            |
| SEM                   | SI*           |
| SMM                   | SI*           |
| Inbound marketing     | SI*           |

*\* En función del producto ofrecido*



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



## SEO

### Objetivo:

Lograr visibilidad en los resultados de las búsquedas realizadas sobre los productos ofrecidos, en el ámbito de Asturias y/o nacional

### Posibles acciones

### Coste estimado

### Ejemplos

Investigación de las palabras clave más adecuadas para posicionar los productos o servicios

Variable, en función del tipo de productos, su cantidad, etc.  
Estimación: 300€

Optimización de la web para favorecer el posicionamiento de los productos más destacables que estén a la venta.

Variable, en función de la cantidad de contenidos del sitio, y de la estructura/diseño de la web.  
Estimación: 200-400€

Blog para poner de relieve el valor y calidad de la actividad y de los productos. Entre los temas que podrían abordarse estarían:

- Los beneficios de sostenibilidad de la agricultura tradicional/ecológica
- La calidad de los productos
- Posibles aplicaciones de los productos (recetas, beneficios para la salud, etc.)
- Los trabajos habituales (“cómo se hace”)

Variable según la frecuencia con la que deseen hacer publicaciones, la extensión de las mismas...  
Estimación: 30-50€ por entrada.

- <https://www.arandanoselcierron.com/blog>
- <https://www.ecokiwideasturias.es/blog/>
- <https://www.tierrinavaqueira.com/noticias/>



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



## Posicionamiento local

### Objetivo:

Lograr ofrecer mayor visibilidad del negocio y que los clientes puedan encontrarlo más fácilmente.

### Posibles acciones

### Coste estimado

### Ejemplos

Creación de la ficha de “Google My Business” (o reclamarla, si ya existiese).

No tiene coste, ya que se trata de una herramienta gratuita.  
Estimación: N/C

Optimización de la ficha de empresa:

- Completar toda la información que se puede incluir sobre el negocio, y mantenerla actualizada.
- Generar y responder a las reseñas.
- Incluir imágenes de calidad.
- Optimizar descripciones.
- Destacar los productos de la empresa.
- Publicar con regularidad

No tiene coste, ya que se trata de una herramienta gratuita.  
Estimación: N/C

- Finca el Malaín:  
<https://goo.gl/maps/GBY28BywZ8G8PMkx6>
- Morán Berries:  
<https://g.page/moranberries?share>
- Eco Kiwi de Asturias  
<https://goo.gl/maps/rXrwn4qnRongEyLy7>

Analizar las estadísticas de la plataforma. Con ello podremos comprobar el resultado de las búsquedas de nuestro negocio en el buscador y las principales métricas (visualizaciones, visitas, llamadas, cómo llegar, etc.).

No tiene coste, ya que se trata de una herramienta gratuita.  
Estimación: N/C



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



## SMO

### Objetivo:

Lograr promocionar el negocio a través de redes sociales (dar a conocer la marca, captar tráfico hacia la página web, disponer de un canal de contacto con clientes e incluso vender nuestros productos).

### Posibles acciones

### Coste estimado

### Ejemplos

Contratar la gestión de social media.

Gestión: 150€ - 1000€ al mes.

Definir una estrategia de presencia en redes sociales (SMO) por la empresa:

- Definir en que redes tener perfil.
- Definir los objetivos de cada perfil.
- Establecer calendario de publicación y contenidos.

No tiene coste, ya que se trata de una acción realizada por la empresa.

Gestionar la presencia en canales (a realizar en cada canal):

- Publicar contenido nuevo
- Responder a la interacción de contactos
- Analizar los objetivos conseguidos (estadísticas)

No tiene coste, ya que se trata de una acción realizada por la empresa.

- <https://www.facebook.com/www.ecokiwideasturias.es>
- <https://www.facebook.com/arandanosecologicos>
- <https://www.facebook.com/FincaGallinal/>



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



## SEM

### Objetivo:

Aumentar la visibilidad de la página web de la empresa insertando anuncios en los buscadores. Generalmente se hace para atraer visitas y aumentar las ventas, aunque también puede haber más objetivos.

### Posibles acciones

### Coste estimado

### Ejemplos

Contratar campaña SEM con un proveedor de servicios especializado.

Gestión: 100€ - 500€ al mes.  
Inversión: 150€ - 500€ al mes.

Creación de campaña SEM por la propia empresa:

- Definir objetivo: tráfico, ventas, llamadas,...
- Análisis de palabras clave y productos a ofertar. Definir landing pages.
- Establecer presupuesto.
- Segmentación y público objetivo.
- Crear campaña en Google Ads. Definir Anuncios.
- Analizar resultado de la campaña.

Inversión en anuncios: 150€ - 500€ al mes.  
No existe una cantidad mínima y máxima exigida por Google Ads, pero para ver resultados es necesario realizar una inversión suficiente.  
Debe establecerse una cantidad que optimice la campaña.

- <https://mediterraneanbox.com>
- <https://www.planetahuerto.es>
- <https://huertodelzorro.com>

Analizar los resultados de las campañas:

- Evaluar si los objetivos han sido alcanzados en las herramientas de estadística.
- Reorientar la estrategia (presupuesto, objetivos,...)

No tiene coste. Las plataformas, como Google Ads y Google Analytics, proporcionan herramientas gratuitas para ello.



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



# SMM

## Objetivo:

Lograr promocionar el negocio a través de redes sociales para llegar a su público objetivo, mediante campañas comerciales o anuncios.

## Posibles acciones

## Coste estimado

## Ejemplos

Contratar campaña SMM con un proveedor de servicios especializado.

Gestión: 100€ - 500€  
al mes.

Inversión: 150€ - 500€  
al mes.

Creación de campaña SMM por la propia empresa:

- Segmentación y público objetivo.
- Seleccionar canales.
- Generar contenidos para los anuncios (fotos, textos,...).
- Establecer presupuesto.
- Crear campaña de anuncios en canales.
- Analizar resultado de la campaña.

Inversión: 150€ - 500€  
al mes.

Analizar los resultados de las campañas:

- Evaluar si los objetivos han sido alcanzados en las herramientas de estadística.
- Reorientar la estrategia (presupuesto, objetivos,...)

No tiene coste. Las plataformas (como Facebook Ads, Instagram Ads, Google Analytics) proporcionan herramientas gratuitas para ello.

<https://es-es.facebook.com/business/success/crowdfarming>



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL  
Y COHESIÓN TERRITORIAL



# Inbound marketing

## Objetivo:

Lograr atraer clientes ofreciendo información interesante a través de medios propios online (blogs, vídeos, boletines, redes sociales...).

## Posibles acciones

## Coste estimado

## Ejemplos

Establecer una estrategia de Inbound Marketing, basada en SEO, SMO y marketing de contenidos

No tiene coste si es realizada por la empresa. Si es contratada entre 300 – 3000 €.

Publicación de artículos para poner de relieve el valor y la calidad de la actividad y de los productos.  
Publicación en redes sociales para atraer tráfico a los artículos publicados y a la información de los productos ofrecidos.

Variable, según publicaciones...  
Estimación: 30-50 € por artículo.

- <https://www.arandanoselcierron.com/blog>
- <https://www.ecokiwideasturias.es/blog/>
- <https://www.tierrinavaqueira.com/noticias/>

Captación de contactos mediante web (suscripción a boletín, formulario de contacto, llamadas, ...) para establecer una base de datos de clientes potenciales y poder enviarles información comercial sobre nuestros productos.

Sin coste si la web cuenta con ello.  
En caso contrario, coste de actualización de la web (variable según proveedor).