



**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 ganadero?



**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 ganadera

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 ganaderías y productos comercializados, en el ámbito de Asturias y/o nacional

### Posibles acciones

### Coste estimado

### Ejemplos

Investigación de las palabras clave más adecuadas para posicionar la ganadería y productos comercializados (calidad de la carne, bienestar de los animales, tipo de productos, ...).

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 (por ejemplo carne vendida online).

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 animales. Entre los temas que podrían abordarse estarían:

- La sostenibilidad de la ganadería tradicional
- El cuidado a los animales y su alimentación
- Información atractiva sobre el entorno
- El día a día en al actividad ganadera

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

- <https://elsentirdebraña.es/>
- <https://ganaderialoscortina.es/>
- <http://www.casamilia.com/>



**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 encontrarlos más fácilmente. Indicaciones sobre cómo llegar.

### 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 datos completos y actualizarlos.
- Generar y responder a las reseñas.
- Incluir imágenes de calidad.
- Optimizar descripciones.
- Destacar los productos comercializados.
- Publicar con regularidad

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

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

- <https://g.page/Curuxeo>
- <https://goo.gl/maps/DcuoUrjvPt7RTmM9>
- <https://goo.gl/maps/oUgTfMeiqpywrVPT7>



**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 (nuestras instalaciones, trabajo diario, productos,...).
- 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.instagram.com/asturvacuno>
- <https://www.instagram.com/elsentirdebrana>
- <https://www.facebook.com/ganaderiamarron>
- <https://www.facebook.com/Ganaderia-Posadorio-1584795268471666>
- <https://www.instagram.com/ganaderialallascara>



**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: visitas, 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 en la plataforma.

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://iumm.es/store/aramburu/>
- <https://carneslosgallegos.es/>
- <https://ganaderialoscortina.es/>

- 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 de animales, entornos naturales,...).
- Establecer presupuesto.
- Crear campaña de anuncios en canales.
- Analizar resultado de la campaña en cada canal.

Inversión: 150€ - 500€ al mes.

Analizar los resultados globales 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://www.facebook.com/carherboo>



**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 para captar clientes interesados en temas relacionados con los productos comercializados y con la ganadería de calidad.

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

Publicación de artículos para poner de relieve el valor los productos (la calidad de las carnes, el medio natural, las instalaciones y cuidados de los animales,...).

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

Publicación en redes sociales para atraer tráfico a los artículos publicados y a la información de los productos.

- <http://blog.ganaderialoscortina.es/>
- <https://www.ganaderiacondeagudin.com/blog/>
- <https://www.terneraasturiana.org/novedades/>

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 sobre los productos y servicios que vendemos.

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