



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 de restauración?



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 de restauración

| 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 restauración y/o eventos relacionados, en el ámbito de Asturias y/o nacional

Posibles acciones

Coste estimado

Ejemplos

Investigación de las palabras clave más adecuadas para posicionar la empresa en búsquedas de empresas de turismo (restaurantes, menús, actividades, ...)

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

Optimización de la web para favorecer el posicionamiento de la empresa y los servicios que ofrece (restaurante, jornadas, comer en ,...).

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 los servicios de la empresa. Entre los temas que podrían abordarse estarían:

- Materia prima
- Equipamientos
- Entorno
- Opiniones
- Experiencias (“el día a día”)

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

- <http://www.tierra-astur.com/>
- <https://www.hotelmigal.com/>
- <https://asdepicasrestaurante.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 servicios ofrecidos.
- 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/albailelatemprana>
- <https://goo.gl/maps/1y24toScvX1BuLzd7>
- <https://goo.gl/maps/dpc8XTHn72Pkk3Qx8>



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 el negocio, 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, servicios,...).
- 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/restaurantedelabra/>
- <https://www.instagram.com/mamaguaja/>
- <https://www.instagram.com/elmonoquelee/>



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 dar a conocer la marca y conseguir clientes, pero 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://www.sixtosrestaurante.es/es/>
- <https://www.alberobellopizzaengijon.es/es/>
- <https://www.denortearvalentin.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 de las instalaciones, entornos naturales,...).
- Establecer presupuesto.
- Crear campaña de anuncios en canales.
- Analizar resultado de la campaña en cada canal.

Inversión: 150€ - 500€ al mes.

- N/D

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.



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 gastronomía y restaurantes.

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

Publicación de artículos para poner de relieve el valor de la empresa (el entorno, las instalaciones, gastronomía, actividades, ...).

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://www.tierra-astur.com/restaurante-oviedo-gijon/cocina/la-cocina-de-siempre_244_1_ap.html
- <https://www.sidreriayumay.com/eventos/>
- <https://www.llardeviri.eu/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 sobre los promociones y servicios que ofrecemos.

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